

INNOVATIVA FÖRETAG



*Öresundsregionen är
platsen för innovativa
företag att utvecklas -
sid.6*

*Spara tid med
innovativa
TimeApp - sid.2*

*FÖRDEL ULL
- sid. 5*

*Bästa påsen används
länge och gör
gott hela vägen - sid.4*

*Multidisciplinär
cancerklirik med
innovativ
högteknologisk
utrustning - sid.8*

*Vi skapar framgång-
med tid och omtanke
- sid.9*

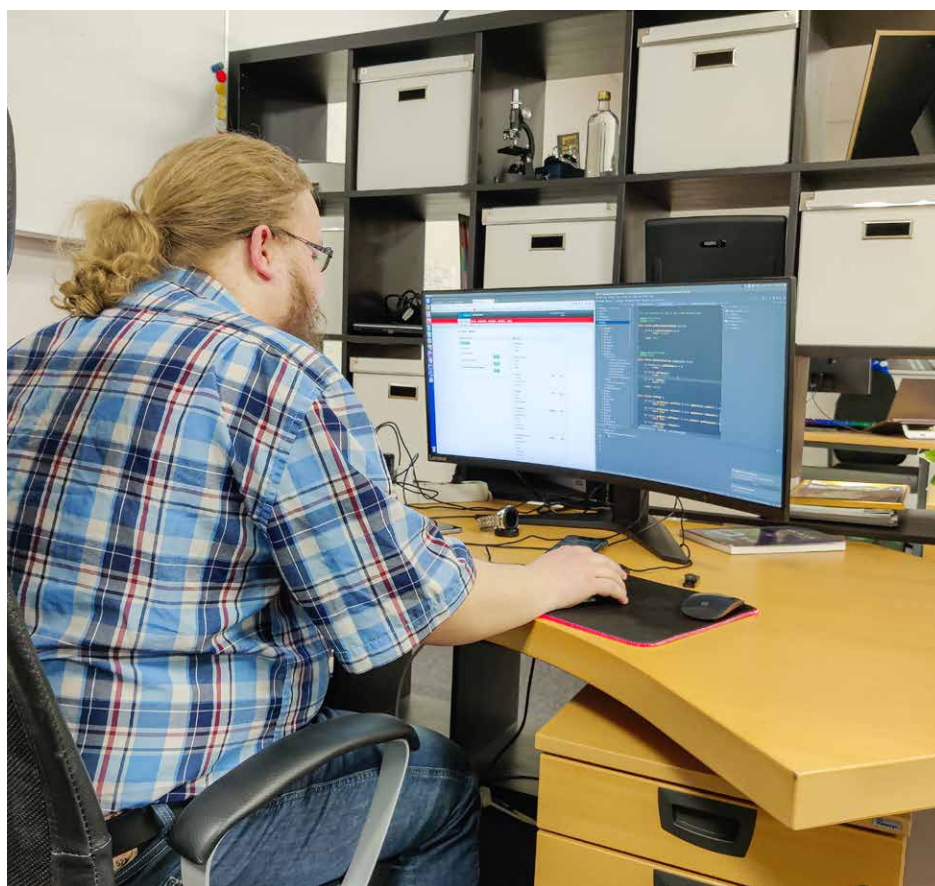
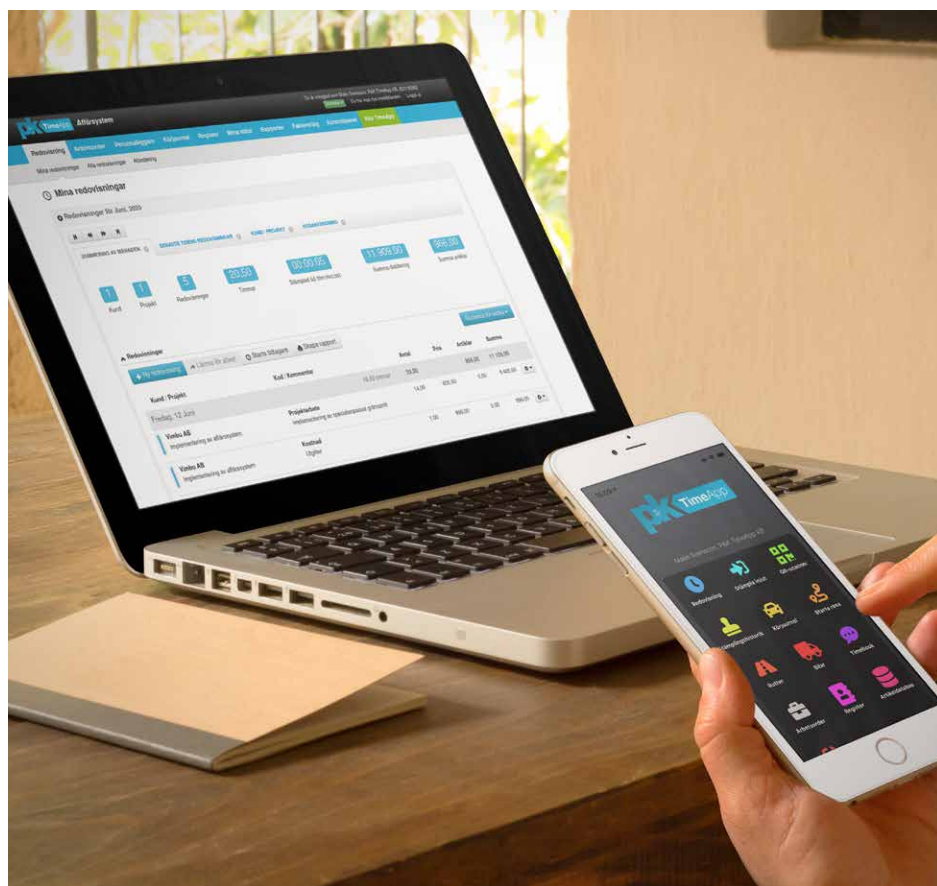
SOLUNOS VD MATTIAS OHDE

*"Innovativ företagstelefonti
som bildar ett digitalt ekosystem" **sid.14***



Where work becomes fun!

www.team.mediafy.com



Spara tid med innovativa TimeApp

TimeApp. Ett affärssystem som förenklar din vardag och gör redovisningen i företaget smartare och mer effektivt. Idag använder hundratals företag i Sverige dagligen TimeApp för att få ordning på sin rapportering och pappersarbete. På grund av pandemin och den ökade digitaliseringen i samhället har TimeApp sett en tillväxt bland användare som har insett fördelarna av ett anpassningsbart affärssystem med enklare priskoncept och slopade startavgifter.

TimeApp startades våren 2010, av P&K Utvecklingskonsult AB och sysslade med konsultverksamhet inom PR, kommunikation och IT åt andra företag. Då gjordes rapportering på papper eller i Microsoft excel. Men det ansågs att det inte var tillräckligt enkelt och effektivt. Därför utvecklades ett web-baserat tid- och projektredovisningsprogram som först var avsett för internt bruk inom företaget. Programmet blev oerhört bra och fick namnet TimeApp, företaget gjorde sedan ett namnbyte 2014 och blev P&K TimeApp AB. TimeApp lanserades efter företagets ägare och VD Lars Knapasjö gav grönt ljus. Applikationen har byggts vidare över åren och är numera ett kompakt affärssystem. Resultatet har blivit att alla kan använda samma system – från advokater och konsulter till elektriker och fastighetsskötare.



Stefan Olsson

ning mellan verksamhetens behov och TimeApps funktionalitet.

–Vi har allt från enmansbyråer till medelstora advokatbyråer och statliga samt kommunala verksamheter. TimeApp Advokat är det mest använda systemet. Just nu är det runt 300 advokat- och juristbyråer i Sverige som använder sig av TimeApps funktioner. Det är mycket tack vare vår prismodell. Vi ligger extremt annorlunda i pris jämfört med vad våra konkurrenter gör. Vi har utformat ett enklare system och vi satsar på att täcka 90 procent av advokaternas behov. Det finns möjlighet att löpande rapportera in sin tid. När allt är inrapporterat kan advokaterna skapa en kostnadsräkning som kalkyleras automatiskt och skickas vidare till domstol och tingsrätt. Kostnadsräk-



Hampus Lind

ningarna är dessutom anpassningsbara då det ibland kan finnas diverse krav från domstolar och hur dessa bör vara utformade. Regelverket ändras hela tiden och där är vårt system flexibelt, menar Hampus Lind, Verksamhetskoordinator på TimeApp.

Enligt Hampus och Stefan är det inte särskilt vanligt med advokatsystem som är molnbaserade. Många andra system på marknaden kräver egna servrar vilket blir mycket dyrt. TimeApp har fast SaaS (Software as a Service) där en lägre kostnad löpande betalas istället för en hög investeringskostnad.

–Vi har länge varit i framkant med saker och ting. TimeApp var det första tidsrapporteringsverktyget i Sverige som

hade en mobil applikation. Vi var även först med ett enklare priskoncept där vi slopade startavgifter och tilläggsavgifter. Vi har helt tagit bort bindningstider och uppsägningstider. Köper man en licens för en månad då är det för en månad, menar Stefan.

TimeApp utvecklas med hjälp av KISS-metoden (Keep It Simple, Stupid) och har intentionen att bli det smartaste och mest kostnadseffektiva systemet för att ett företag ska kunna ha kontroll på sina tider, kostnader, resor, utlägg med mera.

–Med påverkan av pandemin har vi sett en ökad tillväxt bland användare och nya företagskunder. Hela landet digitaliserar sig. Det ställer stora krav på redovisning av tid och att kunna arbeta på distans, men även för andra som fortfarande sitter med excelark och pappersrapportering. Företagen kommer igång med digitaliseringen och får upp ögonen för vårt enkla system, avslutar Hampus.

Text: Isabelle Ibérer

www.timeapp.se



Kontraktläsning med artificiell intelligens leder till tryggare och snabbare affärer

”Three cups of coffee and a soda on a café table”. Så beskriver företaget Legly via sin hemsida hur det gick till när en advokat, två programmerare och en entreprenör beslöt sig 2018 för att bilda ett företag som skulle använda sig av AI (artificiell intelligens) för effektiv kontraktläsning. Nu hjälper Legly säljare och inköpare på företag runt om i världen att städa bort fallgropar och risker i kund- och inköpsavtal.

Per Axberg, nuvarande VD på Legly drev tidigare en verksamhet som matchade ihop jurister med företag. Då satt säljare och väntade på jurister som granskade avtal för hand. Efter mötet på caféet startades Legly och den första roboten byggdes. Nu är det inte en robot med ögon och armar direkt utan den består av flera algoritmer som gör allt från att läsa och tolka texter i avtal till att ge feedback. Den letar efter klausuler som kanske saknas eller behöver tas bort.

– Roboten är ofta mer korrekt och säkrare än en människa. När något måste noteras presenteras det i avtalet ungefär som en jurist som har ringat in och skrivit en kommentar. När avtalet är genomläst, vilket oftast tar mindre än en minut, får man ut det med en bilaga eller ändringar som ska göras, berättar Per.

Legly har sitt huvudkontor i Malmö med utvecklingsavdelningen i Stockholm, och kunderna kommer från hela världen. Leglys kunder är vanligtvis företag som gör affärer med andra företag. Det kan vara produktion, industri eller handel och även från konsultbranschen och IT.

– Juristen Anders Lindgren tillsammans med utvecklarna Christian Wigren och Sebastian Wigren är ansvariga för att träna upp roboten. Det har varit en häftig resa då man i princip utvecklar en relation till en maskin och lär sig hur roboten resonerar. Men det har inte varit helt lätt för en jurist att bygga upp ett förtroende för en robot och kunna balansera vikten av användarvänlighet, teknik och juridik. Men där har Anders och hans team gjort ett utmärkt jobb. För någon som inte är jurist kan med Legly enkelt och tydligt förstå vad som är fel i ett avtal när roboten är färdig. Om en jurist vanligtvis ger en säljare 50 kommentarer har säljaren fått ett tröttsamt jobb att försöka förklara för köparen varför alla kommentarer i avtalet måste korrigeras. Men Legly hjälper säljaren att fokusera på det som är viktigast. Det kan vara avgörande för en affär, berättar Per.



Per Axberg, VD

Fördelen med att använda sig av Legly är att det framförallt går snabbare och det blir mer effektivt. På så sätt kan säljare, inköpare och juridiska rådgivare göra en bättre granskning av kontrakten på kortare tid. Per förklarar att till skillnad från en människa är roboten också outtröttlig. En människa som sitter och läser 20 sidor avtalstext kan lätt förbise något viktigt, medan roboten kommer beta av sida efter sida och avtal efter avtal, oavsett längd, utan att offra en tum av träffsäkerhet.

– Eftersom Legly hjälper till med att läsa avtal kan säljare och inköpare snabbare återkoppla till motparten. Det kan ofta vara avgörande för en långsiktigt

lönsam affär. Bolagsjuristerna gillar det också. De får mer tid att lägga där deras kompetens verkligen nyttjas. Det är inte särskilt utmanande för en jurist att läsa igenom standardavtal flera gånger. Då är det bättre att hjälpa säljare och inköpare att diskutera specifika frågor och lägga energi på annat som att diskutera uppköp av bolag, finansiering eller strategi. Idag måste jurister ha stenhård uppsyn på olika lagar och för att de ska kunna göra sitt jobb krävs det digitala självservicejämsneter som Legly. Det blir snabbare, enklare och mer effektivt för både juristerna och säljarna, avslutar Per. Win win helt enkelt.

Text: Isabelle Ibérer

”**Roboten är ofta mer korrekt och säkrare än en människa. Är det något som måste noteras presenteras det på avtalet ungefär som en jurist som har ringat in och skrivit en kommentar.**

Läs mer om Legly : www.legly.io

Legly

Bästa påsen används länge och gör gott hela vägen

Det är drygt ett år sedan den omdiskuterade plastpåseskatten infördes. Fortfarande är oenigheten stor kring dess miljövärde. Säkert är att den ändrat invanda beteenden i en takt som annars knappast hade varit möjlig.

På ett generellt plan kan vi konstatera att plast bidrar till nedskräpning, och för att komma åt problemet behöver vi använda det vi har längre och fler gånger. När det gäller bärkassar står valet inte bara mellan en- eller flergångskassar, utan dessutom mellan alla de olika typer av flergångskassar som finns på marknaden. Så vad är egentligen en bra kasse?

Jan Hedenborn, VD och ägare av AD company i Jönköping har haft all anledning att sätta sig in i bärkassefrågan, både före och efter plastpåseskattens införande. Flergångskassar har funnits i AD companys sortiment länge och efterfrågan har ökat stadigt de senaste åren. Som profilföretag verkar AD company i en bransch med prispressade produkter, ofta tillverkade under tveksamma förhållanden. Det är något som AD company länge jobbat för att motverka.

–För oss är det otroligt viktigt att ta ansvar i de här frågorna, säger Jan Hedenborn. Som kund till AD company ska man kunna känna sig trygg med att allt har gått rätt till. Därför har vi genom åren arbetat fram ett gediget CSR-arbete som har sin grund i bland annat FN:s mänskliga rättigheter. Vi jobbar bara med noggrant godkända fabriker, som kontrolleras systematiskt genom såväl interna som tredjepartsinspektioner.

När efterfrågan på flergångsbärkassar sköt i höjden för ett år sedan valde AD company att hålla fast vid sin roll som



den pålitliga leverantören och samarbetspartnern. Idag är man en av Sveriges främsta, och Jan Hedenborn sitter med i den nationella Bärkassegruppen. De har bland annat låtit RISE (Research Institutes of Sweden) ta fram en kravspecifikation för att certifiera bärkassar för flergångsanvändning. För att certifiera en bärkasse som flergångskasse ställs hårda krav på bärkraft, sömmars styrka, tryckets hållfasthet samt skydd mot väta. AD company är det företag i Sverige som idag har flest certifierade kassar.

–AD companys sätt att vara innovativa är att ligga i framkant när det kommer till de frågor vi brinner för, betonar Jan. Att vara bäst på bärkassar innebär för oss att vara de som har bäst koll på under vilka omständigheter våra kassar är tillverkade. AD company har kassar i såväl återvun-

nen polyester som av återvunna PET-flaskor, i PP-woven (samma material som IKEAs klassiska kasse) och i återvunnen ekologisk bomull. Återvunnet är ett viktigt hållbarhetskriterium, men det är inte okomplicerat. För konsumenten är det nästan omöjligt att veta i vilken utsträckning återvunna material har använts i en produkt, eller hur processen har gått till.

–Vi gör allt som står i vår makt för att styrka och bevisa att våra material verkligen är återvunna – och att återvinningen gjorts på ett schysst sätt. Det är ganska bökigt ibland, men vi tror att det är enda vägen framåt, säger Jan. Han fortsätter:

–Vi behöver alla minska vår miljöpåverkan, och rätt gjort tror vi att vårt sätt att arbeta även kan bidra till hållbarhet på fler sätt. Genom att kräva rätt löner,

bättre arbetsförhållanden och mindre gifter i tillverkningsprocesserna kan vi vara med och bidra till att människor får det bättre.

Den tåliga bärkassen i bevisat återvunnet material, tillverkad på en godkänd fabrik är Jan Hedenborns bästa tips. Så långt kan han och AD company ta ansvar för att kassen är hållbar. Sedan är det upp till var och en att se till att den verkligen används – det är ju faktiskt först då den blir en flergångskasse.



Jan Hedenborn, VD



Fördel ull

Varmt, mjukt och skönt under fötterna. Ullmattan ger dig en härlig känsla att gå på. Mattföretaget Kateha med grundaren Barbara Hosak i spetsen startades 1998 efter att hon kommit hem från en utlandsvistelse. Barbara och hennes pappa Hans Hosak kommer från många generationer av textildfamilj där tyg och vävda mattor finns i generna. Hosak familjen har sina rötter från en region som heter Böhmen och ligger i Tjeckien. Böhmen var känd för att vara ett industriellt vävcentrum i det österrikiska och ungerska riket. När Barbara startade Kateha ville hon producera en bra matta av hög kvalitet och design. Nu 25 år senare är Kateha en av de ledande mattillverkarna i Europa och deras innovation är att ständigt hålla sig till att tillverka mattor av hög kvalitet med endast äkta ull.

När jag startade Kateha fokuserade jag mycket på olika samarbeten med andra och att komma ut på marknaden. Jag såg en förändring på 90-talet. Förr såldes mattor via mattbutiker men det började komma fler fristående inredningsbutiker som inte var kedjebutiker. Det blev en stor förändring av marknaden och jag följde efter berättar Barbara.

Alla Katehas mattor produceras i äkta skön ull från Nya Zeeland och Kateha har aldrig vikt sig från det.

–Ull är ett mycket bra material att arbeta med och den har unika egenskaper samt fördelar som gör miljön bättre. Det kommer hela tiden nya material på marknaden, men vi vet efter många år i branschen att ull är bäst. Ull har till exem-

pel ett naturligt flamskydd. Den antänder inte så lätt som andra material. Ull kan nå upp till 600 grader celsius innan den antänds och den är också ett av de mest antistatiska materialen. Ull drar inte åt sig damm och smuts på samma sätt som andra material. Den är också resistent mot bakterier, mögel och kvalster. En undersökning från ett företag i Nya Zeeland visar att ull absorberar och neutraliserar farliga ämnen som kan frigöras i hemmet. Det kan vara organiska föreningar som till exempel formaldehyd som lösgör sig från hushållsföremål, skrivare och möbler, säger Barbara.

Alla Katehas mattor produceras för hand på samma väveri sedan snart 50 år. På det här väveriet har det vävts i många generationer. Produktionen är ISO certifierad. Barbara brukar under normala förhållanden vara på plats i Indien några gånger om året.

– Vi har också en licens som heter Care&Fair. Care&Fair verkar för att avskaffa illegalt barnarbete, bättre levnadsvillkor för vävarfamiljerna och bra arbetsvillkor. Organisationen finns både i Indien och Nepal. Alla våra mattor från Indien har även Woolmark Label, vilket innebär att ullen som produktionen använder är kvalitetsgodkänd av Woolmark. Vi arbetar mycket nära produktionen i Indien och har kontinuerlig daglig kommunikation även om vi befinner oss i Sverige, säger Barbara.

I framtiden kommer Kateha fortsätta med sin höga kvalitet och design på deras mattor. Ull är bäst konstaterar Barbara.

– I år kommer vi ut med en ny färgskala till vår viktigaste matta Allium som är en vävd ullmatta. Allium har flera olika färger från neutrala till kraftiga kulörer och vi försöker alltid förnya oss. En av de

nya färgerna är "corten" som ser ut som det rostade stål som många har i sin trädgård. Kateha fortsätter också sitt samarbete med olika formgivare och spännande nya projekt och är på gång internationellt inom en nära framtid, avslutar Barbara.

Text: Isabelle Ibérer

Läs mer om Kateha:

www.kateha.se

KATEHA



Det finns en extremt stark innovationskraft bland Life science företag i den skånska innovationsmiljön.



Foto: Tove Smeds

Petter Hartman, VD

Öresundsregionen är platsen för innovativa företag att utvecklas

Öresundsregionen, som innefattar östra Danmark och Skåne, är en blomstrande plats för innovativa företag inom Life science sektorn. I regionen ligger företag i forskningens framkant, starka akademiska miljöer och ledande universitetssjukvård. Tillsammans utgör detta Nordens största Life science-kuster; Medicon Valley. Enligt Petter Hartman, VD på Branschorganisationen Medicon Valley Alliance (MVA) har de senaste årens utveckling ökat det internationella intresset för regionen och skapat unika möjligheter för företag, kapital och idéer att växa.

Sverige är en stark life science nation och tack vare kraftsamlingen kring den svenska nationella life science strategin finns utmärkta förutsättningar för att utveckla denna position ytterligare under kommande år. Pandemin har visat hur viktigt det är att vi satsar på medicinsk forskning och utveckling, men även på sektorns betydelse som en viktig kraft i den svenska ekonomin. Här talar vi om en bransch med höga produktivitetsnivåer som skapar jobb och skatteintäkter, säger Petter.

Medicon Valley Alliance roll är att samla delarna i det svensk-danska innovationssystemet för att öka kunskapsutbytet och samtidigt bidra till att lösa de hälsoutmaningar som samhället står inför. En viktig del av detta arbete är att öka kunskapen om regionens styrkor och möjligheter. Genom att samla krafterna över den svensk-danska gränsen ökas volymen och därmed även den internationella konkurrenskraften i jakten på talanger, kapital och företagsetableringar.

–Den danska life science sektorn har kommit att bli landets största exportin-

dustri och även i Skåne har de senaste årens utveckling varit mycket stark. Detta märks inte minst på forskarparkernas expansion och det ökande antalet nystartade företag som vuxit fram ur de skånska innovationsmiljöerna. Kopplingen mellan näringslivet, universiteten och sjukvården i kombination med en kommersialiseringsstradition har skapat ett klimat som står sig väl i en internationell jämförelse. Här har närheten till Köpenhamn spelat en viktig roll, förklarar Petter.

Life science sektorn innefattar företag, universitet och offentliga organisationer som på olika sätt arbetar med att främja människors hälsa. Enligt Petter är ledande forskningsmiljöer en förutsättning för att skapa ett ledande kluster, men även ett välfungerande stödsystem, tillgång till kapital och inte minst välutbildad arbetskraft.

–Det finns ett stort intresse för life science relaterade utbildningar i Öresundsregionen och totalt sett sysselsätter bolagen i Medicon Valley mer än 45 000 personer, vilket gjort regionen till ett epicenter för välutbildad arbetskraft. För många unga forskare och nyutexaminerade

de i Skåne har de stora danska företagen erbjudit spännande karriärmöjligheter, men på senare år har vi även noterat ett ökande intresse från danskar som söker sig till ledande positioner i svenska bolag. Här handlar det om personer med mångårig ledarerfarenhet från globala bolag och med ett stort internationellt kontaktnät som annars som kan vara svåra att hitta i Skåne, förklarar Petter.

Tillsammans med Öresundsinstitutet driver Medicon Valley Alliance det EU-finansierade projektet Greater Copenhagen Life Science Analysis Initiative för att öka kunskapen om utvecklingen i Medicon Valley. Resultaten visar bland annat att det sedan 2015 har skapats över 1500 nya arbetsplatser bland life science företagen i Skåne. Det är en stor och kraftig ökning, menar Petter som meddelar att de ca 400 skånska life science bolagen totalt sysselsätter mer än 7500 personer.

–Den starka utvecklingen i Medicon Valley som helhet och i Skåne i synnerhet är inte bara goda nyheter för oss som lever och verkar i de södra delarna av landet. Det är avgörande att hela Sverige är med och bidrar i arbetet med implementering-

en av den nationella life science strategin och för oss på Medicon Valley Alliance handlar det om att fortsätta stärka samarbetet över sundet för att kunna erbjuda lokala såväl som internationella bolag en genväg in i det skandinaviska ekosystemet där innovativa företag kan få chansen att växa, avslutar Petter.

Text: Isabelle Ibérer

medicon valley alliance

Creating Opportunities

Medicon Valley Alliance, MVA,

MVA är en intresseorganisation som arbetar för att stärka svensk och dansk life science med utgångspunkt i Öresundsregionen. MVA finansieras genom sina 250 medlemmar som utgörs av life science bolag, universitet och offentliga institutioner. Öresundsregionens life science kluster Medicon Valley har under det senaste decenniet stärkt sin position och har Nordens högsta koncentration av välutbildad arbetskraft med 45000 anställda i den privata life science industrin.

God innovativ färs gjord på svenska kulturgrödor

Kan du tänka dig att äta Spagetti Bolognese utan kött? Med Färsodlarnas svenskodlade färs som är fri från kött och soja kan du det. Och det smakar lika gott enligt Oddgeir Hole, VD på Färsodlarna. Målet för Färsodlarna är inte att skapa fler veganer och vegetarianer utan att skapa fler vegetariska måltider som i sin tur bidrar till en bättre miljö och klimatpåverkan.

1993 startade Antonia Ax:son Johnson den icke-vinstdrivande hållbarhetsorganisationen Ax-foundation och 2017 bestämde de sig för att ta fram en färs som var gjord på svenska grödor. Det var inte lätt då det inte fanns särskilt många grödor i Sverige med hög proteinhalt. Axfoundation samlade kockar, forskare och odlare på Torsåker, deras testgård och utvecklingscentrum bl.a. för framtidens hållbara mat. Några av odlarna berättade att man brukade odla den proteinrika baljväxten sötlupin i Sverige, men att den hade försvunnit från marknaden för många år sedan. Även gräartan hade försvunnit och båda ansågs vara kulturgrödor.

–Axfoundation började experimentera genom att odla sötlupin och gräarta igen. Det resulterade i att gräart, sötlupin och åkerböna blev de bästa grödorna för färsreceptet. Slutligen la man till rapspasta - en restprodukt från produktionen av kallpressad rapsolja - som blev perfekt att använda tillsammans med grödorna. På det viset får vi med allt det goda från rapsen i en mer koncentrerad form. Resultatet av de fyra ingredienserna och en gnutta salt är vår färs, berättar Oddgeir.

Processen från blötläggningen av baljväxterna till kokning och tillsättning av rapspasta, salt och malning tar tre dagar enligt Oddgeir. Produkten är mycket enkel och det finns inga tillsatser eller proteinisolat. Dessa framställs genom kemiska processer och hittas vanligtvis i vegetariska produkter. Även bindningsmedel är vanligt i produkter som är formade eller formbara. Färsodlarnas Svenskodlade färs är gjort på ett helt naturligt och hantverksmässigt sätt. Oddgeir förklarar att alla baljväxter naturligt har en aning beska i smaken och därför tillsätter Färsodlarna en nypa salt för att balansera upp.

–Du kan laga i princip vilken köttfärsrätt som helst med Färsodlarnas färs. Bryn den som du bryner vanlig köttfärs - runt sju till åtta minuter. Rör om under tiden. Vill du forma färsen och till exempel laga



Oddgeir Hole, VD



köttbullar kan man knäcka i ett ägg. Sedan kan man blanda i det man gillar som ströbröd och kryddor precis som med nötfärs menar Oddgeir.

Färsen säljs i paket om fyra portioner på 400 gram och har ungefär samma prisnivå som ett paket nötfärs fyra portioner 500 gram. Nötfärs innehåller naturligt mer vatten som ångas bort under stekning. Efter stekning väger båda färserna ungefär lika. Den är färsk, säljs kyld och har ca 21 dagars hållbarhet.

Färsodlarnas färs går just nu att hitta i ca 70 butiker i Sverige och de finns även på **mat.se** och **mathem.se**. Så långt har de växt med tio butiker i veckan. På Färsodlarnas hemsida går det bra att söka på "hitta din butik" och då kan du se vilken

butik som ligger närmast dig som säljer Svenskodlad färs.

Miljöpåverkan

Både åkerböna, gräart och sötlupin binder kväve direkt ur luften. Det innebär att det krävs mindre kvävegödsling, när de odlas. Det är bra för klimatet eftersom kvävegödsling frigör lustgas som är en växthusgas, samtidigt som produktionen av kvävegödsel kräver mycket energi. Mindre kvävegödsel är också bra för våra hav.

–Huvudsyftet för vår verksamhet handlar om miljö. Vi har precis blivit verifierade av Göteborgsföretaget CarbonCloud. Tillsammans med deras konsulter har vi kartlagt våra råvaror, förpackningsmaterial, produktion och transport. Påverkan

från fyra portioner av vår färs bedömdes till 348 gram CO₂ vilket betyder 87 gram CO₂ per portion. Nötfärs ligger mer än 40 gånger högre så vi kan med säkerhet säga att man verkligen gör en skillnad varje gång man äter en Spaghetti Bolognese med Svenskodlad färs från Färsodlarna. Vårt mål är inte att skapa fler veganer eller vegetarianer utan vi vill skapa fler vegetariska måltider, avslutar Oddgeir.

Text: Isabelle Ibérer



Läs mer om färsodlarna:

www.farsodlarna.se





Multidisciplinär cancerklinik med innovativ högteknologisk utrustning

Professor emeritus Per-Anders Abrahamsson hade en dröm att kunna ta hand om urologiska patienter utan väntetider. Per-Anders relationer med Perituskliniken tre ägarfamiljer Antonia Ax:son Johnson och Göran Ennerfelt, Rune och Johan Andersson (Mellby Gård) och Mats Paulsson (PEAB) bidrog till finansiering och att projektet kunde förverkligas. Hösten 2018 började planeringen och det bestämdes att kliniken skulle ligga på Medicon Village som är Life Science klustret i Öresundsregionen. Klinikens fokus är inom urologiska sjukdomar med inriktning på prostatacancer. 2020 stod kliniken färdig med mottagning, vårdavdelning, operationsavdelning, postoperativ avdelning samt en röntgenavdelning och nu söker sig patienter från hela landet till det högteknologiska privata sjukhuset.

Att jag kom in som VD var lite av en slump. Jag har arbetat 15 år inom den medicintekniska världen och har en bakgrund som ingenjör och sjuksköterska. En lyckad kombination för att planera och få i gång ett modernt och framtidssäkert sjukhus. Planering och projektering av sjukhuset har kunnat genomföras på kort tid då vi använt oss av få välkända leverantörer som fick ett helhetsuppdrag att utforma de tekniska lösningarna på kliniken. Är man en mindre grupp, då går det undan, berättar Åsa Dahm, VD Perituskliniken.



Dr Göran Ahlgren

förfinad diagnostik vid tumörsjukdomar. Det innebär att man injicerar ett spårämne i kroppen som fäster på tumörceller och sedan registreras det i en särskild kamera. Genom att föra över det på en dator kan man se var cancercellerna ansamlas, berättar Göran.

Perituskliniken använder sig av innovativa tekniker för den allra senaste diagnostiken inom urologi och onkologi.

– Vi har en MR, en PET-CT och vi gör fusionsbiopsier på kliniken. Det är vad jag kallar nytänkande att all denna teknologi finns under samma tak. Perituskliniken har en mycket hög nivå när det gäller teknik och digitalisering. Det är ett stort sjukhus i en liten kropp. Det är unikt för en privat vårdgivare att ha



Åsa Dahm, VD

alla dessa möjligheter, säger Åsa.

Klinikens vision är att erbjuda vård utan väntan. Det kan de göra för att de erbjuder alla delarna i en utredning. Enligt Göran kan kliniken göra klart utredningen av förhöjt PSA med magnetkamera, biopsi och besked till patienten på cirka 10 dagar. Väntetiden i Skåne från det att en patient får en remiss skickad för utredning av förhöjt PSA till det att patienten får operationstid för sin cancer är cirka 150 dagar. Perituskliniken är också den enda privata aktören i Sverige som är multidisciplinär och kan erbjuda besök med både onkolog och urolog.

– Utredningen tar upp till två veckor och därefter kan vi operera inom tre veckor. Totalt kan vi klara av hela pro-

cessen på fem veckor. Det är en enorm stor skillnad mot den offentliga vården, berättar Göran.

Perituskliniken ligger mitt i Medicon Village där 160 bolag har sitt säte. Åsa berättar att anledningen till att kliniken finns där är för att hålla ett nära samarbete med forskare, andra aktörer och medicintekniska bolag. Det bådor gott för framtiden. Det är lätt att skapa kontakter och att diskutera tillsammans.

– Visionen är att vi inom kort ska få fler patienter att behandla och samtidigt fortsätta att leva upp till vårt mål att kunna bedriva vård utan väntan med hög kvalitet, berättar Åsa.

– Jag tycker att på lång sikt är det viktigt att fortsätta vara en multidisciplinär cancerklinik och i framtiden är förhoppningen att vi ska kunna erbjuda även andra typer av cancerbehandlingar såsom cellgiftsbehandling och strålbehandling, avslutar Göran.

Text: Isabelle Ibérer

–Det unika med oss är att vi har en högteknologisk klinik med toppmodern utrustning. En röntgenavdelning med den senaste magnetkameran för optimal bildåtergivning. Vi har även en PET-CT (Positron emissionstomografi) istället för en vanlig CT (computed tomography). En PET-CT är en kombination av spårämnesundersökning och en CT, som ger en



Vi skapar framgång – med tid och omtanke

När tempot är högt och förändringarna är många och snabba, behövs ett strakt och engagerat team. På Mediafy satsar man hårt på företagskulturen och välmående genom innovativa insatser och genuin omtanke för anställda. Alla på Mediafy, oavsett position, är viktiga pusselbitar och vi tillsammans når vi framgång. Sandra Ravelin Fossto arbetar som Head of People & Culture på Mediafy och tillsammans med chefer och ledning gör de insatser för att stärka personalens engagemang och skapa en strak företagskultur. Vi vill skapa förtroende och trygghet men även ge alla i personalen möjlighet till frihet, ansvar och utveckling.

Sandra började jobba på Mediafy 2013, som kundtjänst-medarbetare. Hon har lång erfarenhet av personalansvar och ett naturligt intresse för psykologi och vad som får en människa att må bra eller dåligt. Det ligger henne varmt om hjärtat och hon jobbar hårt för personalens fysiska och psykiska välmående.

– På Mediafy har vi ett högt engagemang och stort driv. Vår personal är duktiga på att förstå kundens värde och våra affärer. Vi håller högt tempo och saker förändras ofta, då vi tror på att ständigt utmana strategier och affärsmodeller för att nå lönsamhet och tillväxt. Det ställer stora krav på alla i organisationen och vi som arbetsgivare behöva jobba för att personalen ges förutsättningar att bibehålla fokus när tempot är högt eller saker inte går som planerat. En otroligt viktig grund då, är företagskulturen. Vi vill skapa arbetsglädje och gemenskap för att vi tillsammans ska nå framgång och hållbar tillväxt, berättar Sandra.

Företagskulturen kommer inte av sig själv och man ska inte ta den för givet. I grunden tror Sandra att det handlar om en samsyn kring att människor som mår bra – också gör bra. Vi behöver alltså alltid prioritera dessa frågor. Vi vill att personal trivs och känner att de får utveckling och riktning.

– Senaste året har vi behövt hitta kreativa sätt för att skapa känsla av att vi fortfarande är tillsammans, i både mot- och medgång. Med hjälp av duktiga produktionsbolag har vi kunnat styra om företagsevent till digitala program med både nytta och nöje. Själva, eller med hjälp av bud, har vi överraskad med gåvor och hjälpt med arbetsredskap som underlättar distansarbetet, förklarar Sandra.

Mediafy grundades 2001 och den största delen av intäkterna, har kommit från tidningar och prenumerationer. Idag är Mediafy Nordens största återförsäljare av prenumerationer via Tidningskungen och motsvarande i NO & FI. Under många år har denna bransch utmanats, vilket lett utforskandet av nya kundbehov och affärsmöjligheter.

– Uppdraget har varit att förvalta och förlänga befintliga affärer och hitta nya



Personalresa till Kebnekaise 2019. Att klara av stora utmaningar tillsammans - stärker gemenskapen och företagskulturen. Tex så som att bestiga Sveriges högsta berg.



Sandra Ravelin Fossto

tillväxtben. Under 2018 lanserades Morot & co som hjälper företag att bygga motivation och engagemang hos personal och kunder, genom personliga gåvorkort och andra tjänster. Morot & co har gjort en enorm tillväxtresa de senaste två åren och här finns otroligt mycket potential för fortsatt tillväxt, förklarar Sandra.

Mediafy anordnar varje år olika tillställningar för sina anställda och en av dem är Mediafy Awards. Det är ett årligt evenemang som Mediafy har varje år och i år blev det digital live-show med produktionsbolag och programledare. Mediafy Awards handlar om att uppmärksamma de förmågor som finns internt och teamet röster fram bla Årets Rookie, Årets Veteran och Årets Medarbetare.

– Jag som får läsa fritext-svaren i omröstningen blir rörd över all uppskattning



som finns i teamet. I år slogs eventet också ihop med en spännande föreläsning om psykisk hälsa. Det var roligt att kombinera Mediafy Awards med kompetensutveckling och insats för välmående. Inför galan hade vi också budat ut goodiebags till alla, med en fin inbunden anteckningsbok med logga och respektive namn på. Den innehöll också lite gott snacks. Det är små, men genomtänka, saker som jag tror gör stor skillnad. Under galan så hade vi dessutom en reporter som vi kunde följa live, som delade ut våra pokaler till vinnarna. Vi körde lekar och intervjuer. Det blev så lyckat! berättar Sandra.

På Mediafy jobbar ca 50 personer men den snabba och fortsatta tillväxten gör att teamet växer.

– Vi var inte beredda på att tillväxten skulle blir så stor som under 2020. Det

är såklart utmanande men hela teamet på Mediafy hjälps åt. Vi har tillfälligt styrt om prioriteringar och arbetsuppgifter för att lyckas med en tillväxt som är hållbar även för personalen. Vi har också behövt rekrytera och välkomna nya kollegor, på distans. Det har ställt helt nya krav på oss som arbetsgivare. Vi behöver säkerställa att vår nya kollega får ett varmt välkomnande och en bra start – oavsett om vi ses eller inte. Det krävs en större ansträngning på distans, små insatser som gör stor skillnad när man är ny på jobbet. Jag upplever att alla på Mediafy förstår detta. Alla i teamet är positiva till nya kollegor och gör en extra effort för att en ny kollega ska bjudas in i arbetet och företagskulturen. Det gör mig väldigt stolt över teamet! säger Sandra.

Sandra berättar att det alltid finns personalfrågor att jobba med och Mediafy fortsätter att aktivt söka insikt och förståelse kring vilka frågor som är viktiga för verksamheten och personalen – för att göra rätt insats både kortsiktigt och långsiktigt. Sandra tror på att lägga mycket kärlek i alla frågor – stora som små.

– Jag tror det är viktigt att personalen känner att någon tänkt till och att syftet i grunden är omtanke. Omtanke för individen och verksamheten. Det är alltså oavsett om det handlar om att anpassa snacks och innehåll i 50 goodiebags eller om det handlar om mer övergripande och strategiska personalfrågor.

– Vi vill påverka i större skala och genom att ta hand om våra anställda, så gör vi världen till en bättre plats. Vi tror att stolthet och tillfredsställelse hos en människa skapar goda förutsättningar att vara lycklig, både på jobbet och privat. Det handlar om insatser för att skapa välmående till exempel kommunicera tydliga förväntningar och mål men även ge stort stöd till personal att hitta balans mellan jobb, privatliv och/eller familjeliv. Vi vill inspirera andra arbetsgivare att också göra det lilla extra för sin personal och landa i hur stor betydelse det har för bolagets resultat, avslutar Sandra.

Text: Isabelle Ibérer

Läs mer om Mediafy:
www.team.mediafy.com



Innovativ multifunktionell basmakeup

Baseofsweden är ett svenskt makeup företag med målet att skapa innovativ basmakeup för en aktiv livsstil, så kallad "makeup made to perform".

Baseofsweden lanserades 2019. Det stora genombrottet kom på våren 2019 då deras stjärnprodukt The Base Foundation vann ett av världens största skönhetspriser, Cosmo Awards, på skönhetsmässan Cosmoprof i Bologna, tävlades mot fler än 3000 andra varumärken. Intresset för märket växte snabbt och idag har Baseofsweden vuxit globalt till 25 länder. Alla produkter är innovativa i och med

att de har en unik formula, innehåller skinboostande ingredienser samt att de är multifunktionella. I sortimentet idag finns fyra produkter: The Base Foundation, The Makeup Remover, The Base Primer samt en makeupborste. Alla Baseofswedens produkter är veganska, cruelty-free och dermatologiskt testade. Baseofswedens mål är att skapa marknadens bästa basprodukter för ansikte och kropp.

The Base Foundation tål saltvatten, är svettålig, vattenfast, har SPF30 och sitter i upp till hela 72 timmar. Som ett andra hudlager, kan du träna, simma och svettas i den. Foundationen kan användas både i ansiktet och på kroppen. Till skillnad från många andra foundations är The Base Foundation talk-fri och låter huden andas. Den har även testats på rosacea och acnehud.

Det senaste produkttilskottet The Base Primer blev en succé på grund av sin helt naturliga och organiska formula. Den vann Aftonbladets Skönhetsredaktörernas Beauty Oscar för Bästa Ekologiska Produkt 2021 samt Best Organic / Ecological makeup product på Beauty Insiders stora Beauty Awards 2021.

The Base Primer är fri från silikon och innehåller anti-ageing ingredienser så

som vegetabiliskt kollagen, vitaminer och nattljusolja som stärker hudens elasticitet över tid och verkar antiinflammatoriskt.

Baseofsweden grundades av Jasmine Lundqvist och Carl Åhslund och är idag ett kvinnolett bolag med Victoria Silvstedt och Gunilla von Platen verksamma i företaget. Gunilla von Platen gick in som investerare i november 2019 och Victoria Silvstedt är Baseofswedens globala ambassadör. Victoria arbetar kontinuerligt med att marknadsföra märket i sina kanaler och i internationell press.

I Sverige säljs Baseofswedens produkter på Apotek Hjärtat, Åhléns, KICKS, Lyko, Meds samt på www.baseofsweden.com.

Rebecca har använt The Base Foundation när hon gjorde en Ironman:

"Brukar inte skriva om smink men den här förtjänar ändå ett litet inlägg. Fick chansen att testa denna under Ironman i Kalmar, för att se om den faktiskt höll vad som utlovats.... 72h, vattenfast, 30 i SPF och utan att kännas som en kaka på huden. Och döm av min förvåning när jag efter 3800m simning, 18mil cykel och 4,2 mil löpning fortfarande såg ut som innan jag startade dagen. Imponerade."



Hon gör lycka för många av sin egen olycka!

Ninni Jonsson heter kvinnan bakom skomärket Cinnamon. Efter flera år i modebranschen skadades hennes fot i en bilolycka så hon behövde ha korrigerande skoinlägg i alla skor.

"Det var faktiskt en traumatisk upplevelse att arbeta med mode och sen behöva ha riktigt fula skor som då var enda alternativet om skoinläggen skulle få plats. För 13 år sen tog jag steget att själv designa skor som är både snygga och bra för fötterna. Självklart kan man byta ut innersulorna och lägga i egna inlägg!" säger Ninni.

Ninni brinner verkligen för det hon gör. Inget lämnas åt slumpen utan det finns en tanke bakom varje detalj i skorna. Det kanske inte många vet, är att en sko måste vara stabil för att vara bra? Då sitter foten rätt i skon och man snedbelastar inte knän, rygg och nacke. Ont i ryggen kan faktiskt komma från fötterna!

Hon berättar att alla skor görs på bra fabriker i Spanien och att det bara är europeiska skinn i skorna. Detta för att ha kontroll så både människor och miljö mår bra, både under produktionsprocessen men även för de som har på sig skorna.

Det finns en stor efterfrågan på marknaden efter skor som är riktigt bra men även skor som är extra breda, extra stora eller extra små. Cinnamon har även skor för hallux valgus och andra fotproblem. Självklart kostar de mer att producera på det här sättet men det uppskattar kunderna som nu förstått skillnad på skor och skor. Nedan ett litet urval ur kollektionen.



Agnes strl 35-45, 1895- Stora och små storlekar, lagom klack



Tess strl 36-41, 1495- avrullande sula ger energi och hälsa



Siri strl 35-42, 1395- Hälkappa för stabilitet, reglerbar kardborre.



Dan strl 39-46, 1595- Herrskor från storlek 39. Mjuk framdel.



Sten strl 40-46, 1195- Helt öppningsbar med kardborre.

Cinnamonbutiker finns i Stockholm, Göteborg och Uppsala. Webbshop och återförsäljare: www.cinnamonskor.se



Ankarsrum för bak- och matglädje i köket!

Ankarsrum har varit den ultimata köksassistenten i snart 81 år. Med den mjuka retrodesignen, den kraftfulla motorn och den höga kvalitén håller assistenten för att laga det mesta i köket. Pandemin har inneburit att fler är hemma mer, och då har matlagning blivit någonting att samlas kring. Ankarsrums köksassistenter har sju års garanti och är byggd för att hålla. Den sviker dig aldrig med sin "hästkraft".

Ankarsrum grundades 1940 och har varit en stor del av utvecklingen kring hur man jobbar i köket i Sverige. Köksassistentens konstruktion och hur den arbetar är samma idag som den var förr.

–Elektroniken, styrningen och motorn har ändrats men själva grundtekniken kring köksassistenten är exakt samma som för 80 år sedan, berättar Marcus Grimerö, VD på Ankarsrum.

Idag jobbar Ankarsrum aktivt mot nya marknader där produkten inte har den långa historiken av användningen som den har i Sverige. Användarupplevelsen och enkelheten kring användningen av Ankarsrum Assistent är något de jobbar för.

–Allt bottnar sig i att vi vet att assistenten är fantastisk när konsumenten vet hur man använder den på rätt sätt. Med tanke på att Ankarsrum arbetar på ett annat sätt och ser annorlunda ut än andra köksassistenter är det en kommunikationsutmaning ju längre bort från Sverige man kommer. Det är fascinerande varje gång vi lanserar vår köksassistent på en ny marknad för att produkten ses som ny fastän den har funnits i 81 år, säger Marcus.

Från början utvecklades maskinen för att få den perfekta degen. Den var till för att underlätta i köket. Det var tungt arbete att stå och baka bröd hela dagarna och få fram en riktigt bra deg

– Ankarsrum Assistent har en stor bunke som klarar en stor mängd deg och mycket vikt. Bunken roterar och även om du har en tung deg i bunken så står maskinen stadigt på bänken tack vare att maskinens tyngdpunkt är i botten på maskinen. Istället för att degen vispas eller dras finns det en deggulle som går ner och bearbetar degen precis som en knytnäve skulle ha gjort, vilket gör att glutentrådarna utvecklas på ett mycket naturligt sätt. I och med att motorn är så kraftfull skapar det möjligheter för oss att erbjuda andra tillbehör. En av dem är köttkvarnen. Det går att mala kött, fisk och det du önskar med god kraft och bra kapacitet, förklarar Marcus.



Marcus Grimerö, VD

Marcus tillägger att det går även att göra egen pasta, korv, smoothie, färskpressad juice, egenmalt kaffe möjligheterna är många. Det är en multifunktionell maskin. Ankarsrum har märkt att konsumenterna arbetar mycket mer med tillbehören och vid flera tillfällen.

kan köpa tillbehör idag och att det fortfarande kan passa på en Ankarsrum från 1940-talet. Maskinerna är utformade på det sättet och ur ett hållbarhets och miljö perspektiv är det klart mycket uppskattat av konsumenterna, berättar Marcus.

–Intresset över att vilja veta vad man äter, har fått till följd att det läggs mer tid på matlagning. Idag väljer du att servera din soppa med hemlagat färskt bröd istället för köpt bröd, och med hjälp av Ankarsrum Assistent tar det inte lång tid. Istället för att köpa pasta från affären gör du idag egen och då blir helt plötsligt en tisdagsrätt en lördagsrätt och du känner stolthet över vad du har gjort. Det tycker vi är superskoj, berättar Marcus.

Ankarsrum utmanar sig själva hela tiden med nya recept som bidrar till inspiration för att utveckla användaren av köksassistenten. De försöker göra det enklare för konsumenten att använda maskinerna och att förstå dem. Marcus berättar också att Ankarsrum fortsättningsvis kommer att jobba med anpassning av maskinen utifrån konsumentens önskemål som innebär att de breddar sortimentet ytterligare på tillbehörssidan.

–Vi jobbar med innovativ kommunikation med målet att konsumenten förstår produkten och får ut den ultimata upplevelsen. Från att vara nyfiken till att bli användare ska resan blir så kort och rolig som möjligt. Vi lägger mycket tid på att jobba med hela kommunikationsflödet. Vi är inte nöjda när vi har sålt en maskin utan vi är nöjda när en maskin är såld, mottagen och konsumenten känner att "oj vad det här var bra!" och de kommer igång och använder maskinen. Det är det som är vår drivkraft. Det är det som är målet, avslutar Marcus.

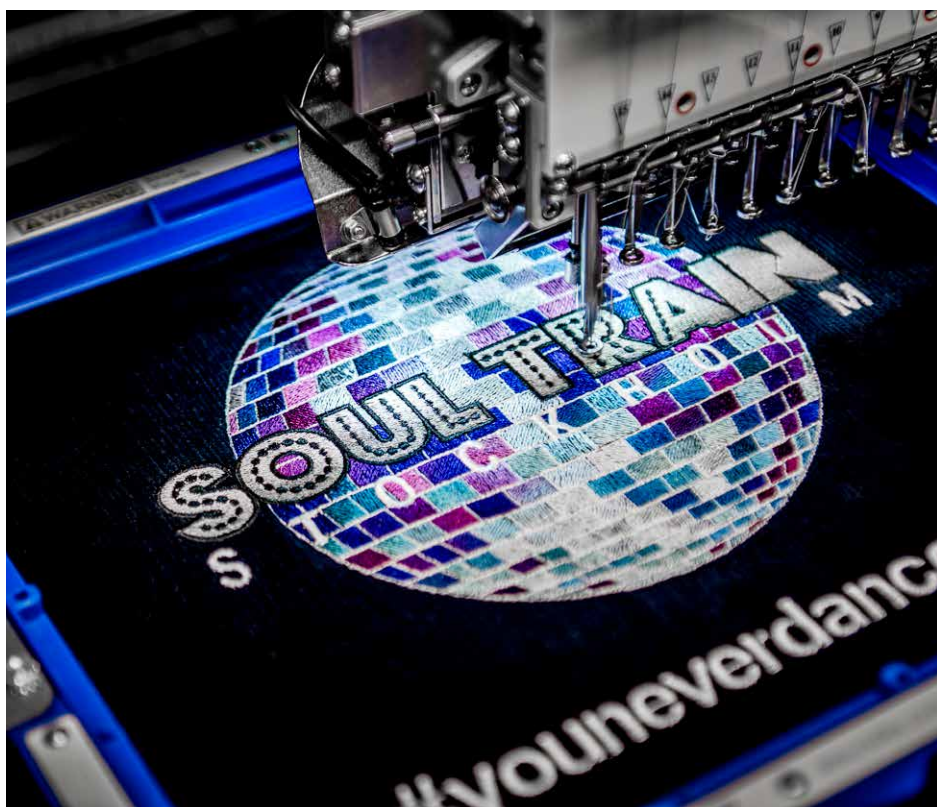
Text: Isabelle Ibérer

Läs mer om Ankarsrum:
www.ankarsrum.com



–Det är oerhört glädjande: dels för att konsumenten använder maskinen oftare och ju fler gånger den används desto nöjdare blir kunden och det gör oss glada och konsumenten känner att de får ut mer av sin investering. En annan sak med tillbehörssortimentet är att kunden

ANKARSRUM®



Banbrytande innovation transformerar textilbranschen

När du hör ordet brodyr kanske du inte tänker på high tech för en hållbarare textilindustri men idag finns dessa möjligheter. Företaget Coloreel har transformerat branschen med sin banbrytande hållbara teknik. Tekniken innebär dessutom ökade kreativa designmöjligheter för alla som arbetar inom textilindustrin.

2009 fick Coloreel i uppdrag att innovera textilbranschen och då insåg de tre saker: textilindustrin är inte miljövänlig. Mycket vattenföroreningar kommer från textil och trådspill på grund av att tråden vanligtvis måste kokas för att få färg. Resultatet blir att spillet hamnar i våra hav och sjöar. Det blev ett stort spill av trådrullar som inte kom till användning och själva designprocessen led av problem att få fram rätt trådfärg i rätt tid. Coloreel ville hitta en lösning på dessa problem.

–Vi har en liten trådfärgningsfabrik som monteras ovanpå befintlig brodyrmaskin. Du behöver inte ha samma färg överallt utan kan plötsligt ha olika färger på tråden istället. Vi gör det utan att blanda med vatten på något sätt. Det är koncentrerad färg på tråden och färgen blir precis densamma som med traditionell metod fast utan vatten. Det är det som gör den helt fantastisk! Det är som att gå från pappersfoton till digitala foton. En helt ny värld öppnar sig och just nu skalar vi upp vår affär internationellt berättar Mattias Nordin, VD på Coloreel.

Med Coloreels teknik reducerar man spillvattnet från trådfärgningen med 100% vilket motsvarar ca 4 liter minskat förorenat vatten per dag och brodyrmaskin. Samtidigt reducerar man trådspill med ca 80% vilket motsvarar 200-250 meter minskat trådspill per dag och brodyrmaskin.



Mattias Nordin,
VD på Coloreel

–Du blandar precis som när du går till en färghandel och ska ha en speciell nyans. Samma princip används med Coloreel fast med mikroprecision. Faktum är att du slipper byta trådrullar som i sin tur leder till att det går fortare och att din produktion blir mycket effektivare. På det sättet går det nästan att utforma brodyren som ett foto med effekter och gradering av nyanser, säger Mattias.

Det finns många fördelar med Coloreel. Den första är design möjligheterna. Med traditionell brodyr är det en färg i taget. Nu kan du mixa och blanda tusentals färger. Allt det som går att göra i tryck går att utforma i brodyr istället. Med brodyr blir det mycket bättre kvalitet och hållbarhet än om du jämför med ett



tryck. Kläderna behöver inte slängas så fort. Det blir bättre för miljön.

–Vi känner att vi bidrar till att textilbranschen rör sig i rätt riktning. Vattenföroreningsfaktorn är stark. Förutom att tråden inte färgas i vatten har vi en cirkulär återvinningsprocess för färgpatronerna, berättar Mattias.

Designfrihet

Från en ganska tråkig bransch med brodyr släpper Coloreel lös designfriheten på ett sätt som har kort ledtid och hög effektivitet. Det går att göra texturer, det finns flera färger och det går att blanda fritt som du vill. Det tar bort de begränsningar som dagens teknologi inom brodyr innebär. Mattias menar att "The sky is the

limit" för att skapa designade brodyrer från Coloreel helt enkelt.

Idag sker produktionen i samarbete med Scanfil och Ricoh som har tusentals anställda runt om i världen. Det är ett resultat av alla kunder som har fått upp ögonen för Coloreels innovativa teknik.

– Vi har flera olika typer av kunder. En kategori är de riktigt stora varumärkena av olika slag och deras producenter. De gillar design, hållbarhet, utseende och hög kvalitet. Sedan finns det en stark trend av personalisering bland företag och privatkunder som vill ha sitt namn broderat eller egen färg. I längden blir det också bättre för miljön eftersom man blir extra eftertänksam innan beställning sker. Vi vill att alla ska få ta del av designfriheten som Coloreel ger, men samtidigt låta bli att bidra till utsläpp av smutsigt vatten och onödigt textilspill. Det kan vi erbjuda med vår teknik i och med att vi arbetar effektivare och billigare. Samtidigt blir det ett roligare liv för designern, avslutar Mattias.

Text: Isabelle Ibérer

Läs mer om Coloreel:
www.coloreel.com

COLOREEL®



Lars Darvall, VD Finepart

Innovativ skärteknik klarar alla material

Vattenskärning har många fördelar och har funnits sedan slutet av 60-talet. Med processen går det att skära i alla typer av material. Metoden tillför ingen värme och påverkar därför inte materialet, som förblir oförändrat. Företaget Finepart Sweden AB är världsledande inom mikrovattenskarvning, där bolaget har miniatyriserat den konventionella tekniken tiofaldigt genom sitt egenutvecklade skärsystem Finecut. Stora globala aktörer har fått upp ögonen för den innovativa tekniken, som öppnat upp för framställning av nya komplexa geometrier i avancerade material.

Finecutmaskinen är en relativt nischad produkt, men har ett brett användningsområde. Det är ett system inom mikroteknik där material skärs med ultrahög precision. Detta görs med vattenjetstrålar ner till 0,2 mm snittbredd och en precision som är på +/-10 mikrometer. Tekniken möjliggör även fräsning och borrar.

–Ett hårstrå har i genomsnitt 50 mikrometer i diameter och då kan man förstå hur litet det är, säger Lars Darvall VD på Finepart.

Finecutsystemet är framtagen för att kunna hantera en mycket stor bredd av produkter som produceras globalt. Lars började i bolaget 2019 och är den första externa VD:n med ett tydligt mål, att öka tillväxten i företaget.

–Sedan jag började har vi bland annat paketerat om produkten så det blir lättare för kunden att förstå vad de köper. Grundutförandet på Finecutmaskinen är generisk, men den säljs i fyra olika axelkonfigurationer utifrån kundens behov. Vi har även ökat vår marknadsföring med YouTube-filmer, sociala inlägg och en ny hemsida. Detta har lett till att vi redan har ökat trafiken mer än fem gånger i förhållande till vad vi annars har haft, förklarar Lars.

Ett Finecutsystem kostar mellan tre och fem miljoner kronor, beroende på hur många axlar och optioner det finns i ma-



skin. Finepart erbjuder en 3-axlig, en 4-axlig maskin och till och med två varianter av 5-axliga maskiner, som ger stora möjligheter i rotation och komplexitet.

–Försäljningen gick bra första halvåret 2020 trots pandemin. Sedan var det lite trögt från juni 2020 fram till april 2021, då vi fick en uppföljningsorder från ett bolag i Kalifornien, som tillverkar tandställningar. De använder ett avancerat material och kräver hög precision vilket vi snabbt kunde hjälpa till med, berättar Lars.

För att få Fineparts agentnätverk att förstå grunderna i mikrovattenskarvteknik och hur Finecutmaskinen fungerar, har bolaget även startat Finepart Academy. Här finns också utbildningar anpassade

för kunden så att de kan komma igång på ett smidigt sätt med maskinen, när den är levererad.

–Som en biprodukt av detta har vi tagit fram Finepal som lanserades för en månad sedan. Det är ett distansverktyg med kameror och bildskärmar. Det gör att vi kan snabbt hjälpa kunder och lokala servicepartners genom att se och visa dem vid behov och därmed minimera oönskat stillestånd, berättar Lars.

Utländska samarbetspartners

Finepart har det senaste året ökat på expansionstakten när det gäller internationell marknadsnärvaro där Italien är det senaste tillskottet av territorier. Ett nytt agentavtal har tecknats, vilket är ett resultat av bolagets digitala satsning. Fin-

epart får mycket trafik till hemsidan från den italienska marknaden. I norra Italien finns det produktion av till exempel exklusiva klockor och smycken, och därtill en utvecklad medicinteknisk industri. Där är Finecutsystemet högst tillämplig, givet att de arbetar med avancerade material som är svåra att bearbeta.

–Det finns huvudsakligen två kundsegment för oss. Det första är de som söker nya möjligheter, såsom Apple och Google. De har fått upp ögonen för oss. Det är verkligen häftigt! Apple och Google har betydande resurser att lägga på forskning och utveckling och vill ha det senaste på marknaden med möjligheten att bearbeta nya avancerade material. Det andra segmentet är de som söker lösningar på befintliga produktionsproblem. Det kan exempelvis vara att det tar för långt tid, blir för dyrt, eller det kanske inte går att skära med rätt kvalitet. Framtiden är ljus och personligen anser jag att den som är bäst förberedd när vi kommer ur pandemin, är den som kommer att vara framgångsrik, avslutar Lars.

Text: Isabelle Ibérer

Finepart
www.finepart.com

PROFILEN

Innovativ företagstelefonti som bidrar till ett digitalt ekosystem

De kommande två till fem åren kommer företag att behöva ändra på hur deras data och kommunikationssystem fungerar med varandra på en arbetsplats. Ett så kallat digitalt ekosystem som underlättar för kommunikation och ökar effektiviteten bör integreras. Företaget Soluno fokuserar på försäljning av molntjänster och formar morgondagens innovativa kommunikationslösningar där växeltjänster, operatörsavtal och hårdvara finns på ett och samma ställe.

Soluno startades för snart 15 år sedan då det fortfarande var vanligt för svenska företag att använda stationära telefonväxlar på skrivbordet. Det ville Soluno ändra på. Soluno säljer molntjänster och företagstelefonti som fungerar med alla enheter och alla operatörer. Tjänsterna samlar och syr ihop kundingångar vilket medför att flöden från till exempel ekonomi och support leder till att användaren kan hitta saker snabbare, ge en bättre service och ge alla en dräglig situation på arbetsplatsen. Soluno anser sig vara pionjärer och lever för telefoni. De tar fram nya innovativa funktioner, både på egen hand och tillsammans med partners, för att förenkla arbetsdagen för deras slutanvändare. Med endast en internetuppkoppling kan företag få tillgång till dessa tjänster via applikationer i mobiltelefoner och datorer.

–Det har varit en resa över åren. Jag började att arbeta på Soluno 2009 och har varit VD sedan 2013. Under den tiden har vi slagits ihop med andra bolag och även köpt upp bolag. När jag började jobba på Soluno hade vi en omsättning på ca 1 miljon kronor men idag omsätter vi 360 miljoner och har aktiva verksamheter i åtta länder i Europa, säger Mattias Ohde, VD på Soluno.

Ett företag har ett behov av att kommunicera med sina kunder på många olika sätt. Förr var det kanske bara telefon och sedan kom e-posten. Därefter blev det chattverktyg och idag kan du kommunicera med företag via Facebook eller WhatsApp. Soluno ser till, att den kommunikationen som sker mot företagen är strukturerad. Eftersom Soluno är experter på området kan de ge kunderna en helt annan nivå av service och bredd på tjänsteportföljen.

–Hos oss kan man förutom företags-telefoni även köpa andra olika tjänster. Kunden kan till exempel integrera sin telefon med Microsoft Teams eller paras ihop med ett CRM system. Vi hjälper kunden med deras behov och infrastruktur. Sådana tjänster kan du inte få av andra operatörer, menar Mattias.

I början var det endast små företag som köpte Solunos tjänster men idag har de stora kunder.



Mattias Ohde, VD Soluno

–Våra minsta företag har 3 anställda och det största företaget har 5000 anställda. Vi har allt från småbolag, statliga bolag och privata bolag. Det kan vara bolag inom konsult verksamhet, mäklare, vårdsektorn, tillverkare, industri och butikskedjor. Vi har även användare inom militär och försvar samt kommun, landsting och polisverksamhet. Branschen spelar inte särskilt stor roll eftersom vi har en tjänsteportfölj som är mycket bredare än en vanlig operatör och därför kan vi ta in många olika kunder. Företag har olika köpmönster och olika behov som ska lösas, förklarar Mattias.

Alla företag står nu inför en stor utmaning. Pandemin har ytterligare skyndat på behovet av bra digitala verktyg för att kunna jobba var man än befinner sig. Kommunikationen är avgörande och enligt Mattias måste det finnas digitala ekosystem.

–Det finns många molntjänster idag på marknaden men det är fortfarande skotsäkra system som inte har med varandra att göra och framförallt inte kommunicerar med varandra. Detta är viktigt för att varje medarbetare ska få en dräglig vardag, för att kunderna ska få en bra

upplevelse och för att bolagen inte ska drunkna i arbetsbörda. Systemet måste hålla hela vägen, avslutar Mattias.

Text: Isabelle Ibérer



Tillsammans får vi det att hända!

Stockholm- samt Genève-baserade Katalysen är investeringsföretaget som tänker lite annorlunda än många andra. Alla investeringsföretag vill så klart att bolagen de investerar i ska lyckas, det vill självklart Katalysen med, skillnaden är att Katalysen är en hyperaktiv partner som erbjuder experthjälp inom flera områden på vägen mot målet.

Det som är spännande är att vi har en annan syn än många andra. Vi jobbar på ett annat sätt. I stället för att se det som att vi har en portfölj med ett antal bolag ser vi det som vi har investerat i ett antal kunder. Det är en väldig skillnad om man tänker steget längre. Vi på Katalysen har samma intresse som en investerare, men vi hjälper dem med vår expertis och jobbar för våra kunder. Vårt agerande sträcker sig långt utanför stryrelserummet eftersom vi inte bara sitter och tycker, utan även utför jobb för kunderna. Man kan se på det som bolagsbyggande-as-a-service”, säger Peter Almberg, grundare och CEO på Katalysen.

”Det som är bra för våra kunder, är ju indirekt bra för oss. Vi bryr oss om hur det går för bolagen som vi har investerat i. Det kanske ses som en detalj, men är oerhört viktigt”, fortsätter Peter.

I dagsläget jobbar Katalysen tillsammans med 23 bolag. Även om ett flertal av dessa börjat etablera sig som erkända aktörer inom sina segment med stora välkända kunder, så befinner sig de flesta av dessa

23 bolag i ett tidigt skede, och flera av dem i den så kallade ”death valley” fasen. I princip alla bolag går igenom ”death valley” fasen, en fas som de också befinner sig i under flera år innan de kan klassas som tillväxtbolag. Bolaget är inte nystartat längre, den första entusiasmen har lagt sig, de egeninvesterade pengarna är troligen slut, vänner och familj som har hjälpt till i starten kanske varken kan eller vill hjälpa till mer. Bolaget har inte råd att investera i dyra rådgivare och det är för tidigt att vända sig till professionella rena investerare. Många bolag med mycket värdefulla idéer har svårt att ta sig ur den här fasen, därav namnet.

I den här fasen behöver företagen som mest hjälp och då finns det möjlighet att ingå partnerskap med Katalysen. Det finns många fantastiska bolag att upptäcka. Inför ett eventuellt partnerskap tittar Katalysen på vad de har för expertis, nätverk och kunskaper etc. som matchar kundens behov. Det krävs att både Katalysen och kunden tycker att det matchar, annars blir det inget samarbete.

”Alla investerare snackar om team, att det är viktigt. Det håller vi med om, men det som skiljer oss från många andra är

att vi värderar samarbetet inom teamet väldigt högt. Det måste gå att samarbeta och det ska kännas bra att samarbeta med våra kunder vi har investerat i, och de i sin tur måste känna samma sak om oss. Det måste vara ömsesidigt, annars blir det inget bra”, säger Peter.

Är parterna överens skrivs ett tvåårigt kontrakt, men det kan göras både kortare och längre. Katalysen blir aktieägare till 10-20% i bolaget och går in och hjälper kunden med den expertis som behövs och i många fall även kapital. De första sex månaderna läggs det extra mycket krut på den nya kunden, då det ofta är då det behövs som mest hjälp och rådgivning. Nästan 50 % av jobbet görs då.

”Ibland kan det handla om att få folk att våga. Bara faktumet att man får någon att våga är ett gigantiskt värde. Det är självklart en risk. Vi är den som kunden kan ”hålla i handen”, någon att våga tillsammans med. Det finns ett enormt värde i det. De vågar för att vi är med, och jag tror på människor med mod och ett starkt driv kan göra under” säger Peter.

Peter säger att det finns många bolag som är duktiga investerare, och många liknade

bolag som oss växer genom att börja med större kunder. Det är ett enkelt sätt att växa. Vi på Katalysen vill växa i segmentet där vi är nu. Vi vill växa genom att ingå partnerskap med fler bolag, utöka vår expertis och vårt geografiska område. Vårt driv är att se små bolag växa sig stora.

”Något som är roligt är att större investerare har börjat upptäcka Katalysen. Är vi med vill investeringsbolagen också vara med. Det händer just nu och är fantastiskt roligt! Vi har även precis bestämt oss för att bli ett publikt bolag, så vi kommer att prata mer om oss själva och ni kommer att se Katalysen mer publikt i framtiden”, avslutar Peter.

Text: Cecilia Holm



www.katalysen.com

Innovativ svensk teknik för benförankrade proteser tar världen med storm

Svenska företaget Integrum startades i Göteborg av Professor och Dr Per-Ingvar Brånemark med sonen Professor och Dr. Rickard Brånemark i spetsen. Teknologin som Per-Ingvar utvecklade för tandimplantat har Rickard vidareutvecklat för amputerade människor med skelettförankrade proteser av titan. Mer än 500 operationer har genomförts sedan 1990. Med sin innovativa och klinisk beprövade teknik Osseointegration och OPRA™ Implant System, har Integrum som första och enda bolag i världen, nyligen erhållit ett sk PMA (pre-market approval) godkännande av FDA i USA. Detta tack vare den imponerande kliniska data generad av omfattande långtidsstudier. Det innebär fritt fram för kommersialisering av OPRA™ Implant System på den amerikanska marknaden.

Tänk att förlora en del av ditt ben eller din arm. Livet förändras, och det enda du kanske tänker på eller drömmer om är när, och hur, du någonsin skall kunna gå, eller hålla ditt barn i handen igen. Det kan du med Integrums skelettförankrade proteser. Det är precis som det låter. Till skillnad från traditionella hylsproteser som finns på marknaden, sitter OPRA™ Implant System fast i benet, vilket gör att proteserna sitter stabilt, kan lätt monteras på och tas av. Proteserna känns som en del av kroppen eftersom när man står eller går, överförs belastningen via proteserna rakt genom skelettet; precis som ett naturligt ben.



Dr. Rickard Brånemark

Osseointegration

Förr i tiden när biomaterial sattes fast i kroppen, trodde man att det blev en främmande kroppsreaktion samt att det skulle stötas ut, eller bli inkapslat av bindväv. Tron var även att kroppen skulle reagera likadant oavsett material. Den förste som visade att det inte behövde bli så var Dr Per-Ingvar Brånemark. Per-Ingvar visade att titan kunde läka ihop med benvävnad utan att en bindvävskapsel bildades, eller att det blev en främmande kroppsreaktion. Det var som om benet trodde att titanet var en naturlig del av kroppen, menar Rickard. Termen Osseointegration kommer från latinska språket och betyder ben-integration.

–Det är fantastiskt att få vara med och utveckla nya teknologier och speciellt proteser som hjälper andra människor. Vi har tagit det lilla tandimplantatet som min far uppfann på 60-talet och vi har skalat upp det till något som är stort och passar in i ett rörben i kroppen. Vi har hittills fokuserat på patienter som är lårbensamputerade och vi har precis fått godkänt av FDA i USA efter många års kliniska studier och forskning, berättar Rickard.

2015 bar det av till möjligheternas land USA och där började Rickard etablera



lettet precis som det ska göra. Implantatet sitter alltid på plats och det är enkelt att sätta fast proteserna till implantatet. Patienterna uppfattar inte bara proteserna som något de kopplar på, utan att de sitter långt in i skelettet. De kan till och med känna vibrationer om de går på ett trägolv eller en heltäckningsmatta utan att behöva titta och det tror jag skapar en unik känsla av att proteserna blir som en del av kroppen. Patienterna är mycket glada när de kommer på återbesök och det är fantastiskt att få se människors leende genom att sätta in "en enkel skruv". En norsk patient som blev behandlad 1998 kom på återbesök och sade att "det var större förändring i mitt liv när jag fick implantatet än när jag blev av med benet", berättar Rickard.

Vem är kandidat för OPRA™ Implant System?

OPRA™ implantatet är framtaget för de som läker bra, är friska och unga. Det är för soldater som är skadade i krig och landmineoffer, de som drabbats i trafik- eller arbetsplatsolyckor, men även för de som drabbats av tumörer runt knäet och som till följd av tumören måste amputeras. Enligt Rickard är det stor problematik i västvärlden med amputation på grund av hjärt och kärlsjukdom, diabetes, rökning eller fetma. Där är Integrums behandling mindre lämplig. Men för unga, friska människor som är 20-65 år och med bra läkförmåga, fungerar det utmärkt.

–Det är klart att det finns mycket pengar att tjäna på detta, men det är inte det som primärt driver mig. När jag sitter med mina barn barn framför brasan är det de glada patienterna och deras reaktioner när de får sina ben och armar tillbaka som räknas. Det är den bästa belöningen. Vi kan ge människor som har blivit mycket hårt drabbade ett betydligt bättre liv tillbaka. Vi kan göra det och därför måste vi göra det, avslutar Rickard.

Text: Isabelle Ibérer
Läs mer om Integrum:
www.integrum.se

Integrum

samarbeten med sjukhus och fick äran att jobba med "Department of Defense". De började använda Integrums implantat för behandling av skadade soldater. Integrum har sedan fortsatt att jobba vidare för att få ett bredare godkännande och fick då finaste kvalitets-stämpeln PMA av FDA. Med detta godkännande var det fritt fram för att kommersialisera OPRA™ Implant System på den amerikanska marknaden.

–Efter vi fick grönt ljus av FDA var det dags att sprida budskapet samt kunskapen om vår teknik och framförallt det vi kan göra för att förbättra amputerade patienters liv. Att få ett godkännande av FDA är något av det svåraste som finns. Kliniska data måste byggas upp och forskningen måste utföras ordentligt med hjälp av statistiska analyser, studieprotokoll, godkännande av en etisk kommitté samt uppföljning med noggrann dokumentation. Men vi är stolta. Sverige kan utveckla fantastisk teknik. Vi är bra på det och vi kan komma mycket långt, menar Rickard. Hylsprotes kallas den protes som är den befintliga tekniken och som går att ta av och på hos en amputerad patient. Enligt forskning anser 80 procent av lårbensamputerade som bär hylsproteser att de har betydande problem med skavsår och smärta.

–Den problematiken försvinner helt med vårt OPRA™ implantat. Du kan gå hur mycket du vill, det blir inga skavsår och halva belastningen går direkt in i ske-



Ät insekter och rädda planeten

Insekter. Små varelser som har funnits i 400 miljoner år. Många av oss i västvärlden får obehag när vi ser dem krypa eller hoppa runt tillsammans. Men i andra delar av världen är det en del av vardagen att äta insekter, mycket tack vare deras näringsrika höga kvalitet.

Mjölmaskar innehåller rikligt med protein, 45-60 % av torrs substans och fett 30-45 %. Företaget Cricket Express har fött upp insekter till djurparksdjur och sällskapsdjur som levande foder sedan 1985 och i november förra året blev det lagligt i Sverige och EU att sälja insekter till livsmedel. Att äta insekter innebär låg klimatpåverkan och gott samvete, och det är något som Cricket Express vill få fler att upptäcka.



Robert Paulsson började med uppfödning av insekter för tre år sedan när han köpte företaget Cricket Express. På senare år har tolkningarna av lagstiftningen gjort det möjligt att sälja insekter som foder exempelvis till fiskodling och kycklingproduktion, och nu är det alltså tillåtet i livsmedel för människor.

–När jag tog över gjorde jag en chansning på att det skulle bli tillåtet inom livs-

medel. Jag ville vara med i startfältet när den industrin satte igång. Och det gjorde den. Sedan dess har jag deltagit i flera forskningsprojekt tillsammans med olika universitet om insektsodling för livsmedel. Jag har också fått nya kontaktytor för personer i livsmedelsbranschen som är intresserade av att laga och producera livsmedelsprodukter med insekter som ingredienser, berättar Robert.

Cricket Express har ett brett sortiment med nio olika arter av insekter som de

föder upp. Insekterna lever ett fullgott liv. De lever tätt tillsammans i en låda full med mat, och det är varmt, precis som de vill ha det. Det är främst ett utbud för sällskapsdjur och för djurparksmarknaden. Robert poängterar att av dessa arter är det två stycken som är med på livsmedelslistan; mjölmasken och hussyrasan. Men varför bör vi äta insekter?

–Det finns många fördelar. En är för miljön och för planeten. Det minskar växthusgasutsläpp och är en resurseffektiv produktion av animaliska proteiner. Man kan nyttja lågvärdiga restprodukter från livsmedelsindustrin och förädla dem till en näringsrik, proteinrik ingrediens eller som färdigt livsmedel. Det är också bra för individen ur ett hälsoperspektiv att äta insekter då det innehåller protein, mineraler och vitaminer. Det passar människans gener, menar Robert.

Många gånger får Robert frågan om människor kan vänja sig vid att äta insekter.

– Det är främst människor i Västeuropa som behöver vänja sig för på resten av jordklotet är det vanligt att äta insekter. Konsumtion av animalier handlar mycket om att vara skild och distanserad från sinnesintryck som har med djuruppfödning och djurens liv att göra. Skulle man till exempel känna hur det luktar hos korna och grisarna när köttet ligger uppskuret på tallriken skulle man bli mindre hungrig. Eller om man fick vara med djuren när de transporteras till slakt eller när de är i slakteriet, och känna lukten och höra

ljuden. Då tror jag att obehaget skulle bli större kring det än om man skulle ta in lukt, ljud och visuellt se liv och död hos en hussyrsa eller mjölmask. Jag skulle påstå att de flesta inte skulle ha stora problem med det, förklarar Robert.

I grund och botten vill Cricket Express leverera ingredienser eller färdiga livsmedel som är goda och som kan uppskattas av många så att god mat kan ätas med låg klimatpåverkan och gott samvete.

–Jag tror att det är bra för planeten och för resurshushållningen. Växthusgasutsläpp från livsmedlen minskar och det är bra för dig som individ att äta insekter för att det är nyttigt. På ett etiskt plan; om det är bra för djuren så känns det också bra för dig som individ och du kan leva enligt dina värderingar, avslutar Robert.

Text: Isabelle Ibérer

Läs mer om Cricketexpress:
www.cricketexpress.se



Robert Paulsson, VD

Cricket Express
 Sedan 1985



Effektiv innovation i växande företag

Hur ska man i transformationen från litet till stort företag säkerställa att man ökar effektiviteten i innovationsarbetet och samtidigt fånga upp den kunskap som finns inom organisationen? FindOut och Mycronic berättar om sin gemensamma resa.

FindOut är företaget som hjälper sina kunder med deras unika utmaningar inom produktutveckling. Man har tillsammans med Mycronic utvecklat en metodik och ett sätt att tänka, samt ett digitalt verktygsstöd för att bli effektivare inom innovation och för att skapa engagemang inom verksamheten. Mycronic är det svenska high-tech företaget som på relativt kort tid gått från att vara en liten organisation inom elektronikindustrin, till att bli en stor, börsnoterad dito med marknad i över 50 länder.

Hos Mycronic märkte man för tre år sedan att det fanns ett behov av att öka effektiviteten i innovationsarbetet, men också av att fånga upp kunskap inom organisationen som fanns i folks huvuden, och att strukturera denna kunskap.

- Mycronic har växt från ett litet till ett stort bolag på relativt kort tid. Kunskapsöverföring från det lilla företaget där de flesta vet det mesta fungerar inte i ett stort företag. Vi behövde koppla ihop de som jobbar nära våra kunder och som vet vad de behöver med de som gör innovationerna i bolaget, berättar Lars Ivansen på Mycronic.

- FindOut kom in i projektet på temat visualisering. Vi är duktiga på att visualisera. Vi hade som syfte att titta på hur vi människor stimuleras, kopplat till vilka områden som ger störst affärsnytta.

Tillsammans med Mycronic utvecklade vi en enkel och praktisk informationsmodell som beskriver sambanden mellan övergripande strategiska mål, kunskapsgap (d.v.s problem man idag inte har lösningar på), lösningskoncept och existerande kunskap, berättar Peter Roos på FindOut.

- Vi började testa på Mycronic hur denna informationsmodell fungerade, till en början med post-it-lappar, men det blev en barriär med att hålla ihop det rent administrativt. Från att vara en ren tankemodell gick det till att bli en konkret och praktisk metodik för hur vi jobbar med innovation, säger Peter Björnängen på Mycronic.

De gap som kunde identifieras var informationsbehov, hur mogna processerna var, vilka produkter som berördes och vilka som var ansvariga inom organisationen. Projektet fick till följd att många perspektiv blev möjliga att sortera.

- Var är vi minst innovativa rent tekniskt, vilka personer bidrar mest med kunskap och idéer och så vidare? Den traditionella uppfattningen om att det finns Uppfinnar-Jockar som fixar och uppfinnar det mesta bekräftades. I takt med att vi tittade på hur vi kunde utveckla verksamheten så jobbade vi vidare med ett workshop-format där fler personer kunde bidra, även om de inte hade spetskompetens. Det blev en demokratisering av innovationsarbetet. Det är i mötet mellan discipliner och kunskap inom olika

områden som innovation och nya idéer föds, konkluderar Peter Björnängen. Resultatet av samarbetet med FindOut har blivit fler idéer som möter verkliga behov som faktiskt efterfrågas av verksamheten. För att verkligen på bred front få igång engagemanget måste man nu ut och presentera i större delar av verksamheten.

- Vi jobbar vidare med att skapa system för att presentera lösningar och dellösningar och göra denna information tillgänglig för fler. Det som är nästa steg är att innovation ska bli en del av vardagen. Medarbetarna ska exponeras för problem i "kiosker" i sin vardag och på så vis stimuleras att tänka på nya idéer, berättar Peter Björnängen.

Världen av idag är inte mindre komplex än den var igår, det går inte att lösa problem med hierarkiskt organisationsarbete, man måste ha ett mycket mer flexibelt arbetssätt och då behövs de här kiosker eller tekniskt stöd för att få folk att själva bidra. All information som lockar medarbetaren att bidra presenteras på en sida, sen kan man klicka sig vidare och läsa mer och skriva in sina förslag, eller koppla ihop flera personer i ett webbaserat system där alla kan jobba parallellt.

- Det ska gå att digitalisera pappersservetten med idén man kommit på och så hjälper andra till att konkretisera den. Det ska vara enkelt för alla att våga och kunna bidra. Att få ett digitalt verktyg där alla kan mata in sina post-it-lappar

samtidigt gör att vi inte får någon mer administration efteråt, säger Lars.

De personer som är innovationsbenägna är inte alltid de som är bäst på administration. Med FindOuts lösning blir administrationen en transparent del av metodiken. Verktöget kopplar automatiskt ihop problemägare med de personer som föreslagit lösningar. Och eftersom all historik sparas kan man enkelt se hur innovationsläget utvecklats över tid. Informationen blir ett stöd för att leda innovationsarbetet.

En annan viktig sak Mycronic tagit med sig från projektet, och som verkligen hjälpt innovationen på traven, är att man måste formulera problem som problem, inte som "nästanlösningar" för då har man hoppat över viktiga steg.

- Ett exempel är: Vi behöver få maskinen att producera snabbare, det är problemet. Problemet ska inte formuleras som "hur ska ett kugghjul se ut som gör att maskinen går snabbare". Vi har i och med detta blivit öppnare och förkastar inte alternativa lösningar, avslutar Peter Björnängen.



www.find-out.se info@find-out.se

MYCRONIC

Innovativ rekrytering inom Life Science

Att hitta rätt nyckelpersoner för att utveckla verksamheten kan många gånger vara en utmaning. Agardh Consulting är experter på rekrytering och search inom Life Science, MedTech och IT och är en av få Certifierade rekryterare i Sverige.

Life Science, MedTech och IT är alla tillväxtbranscher med ett ständigt behov av ny kompetens. Att hitta rätt kandidater och lyckas attrahera dem för att slutligen anställa just de kompetenser man behöver är ett tidskrävande och många gånger krävande jobb. Därför väljer många företag att låta rekryteringskonsulter sköta processen.

-Vi genomför hela rekryteringsprocessen som inleds med att ta fram en arbetsanalys och göra en gedigen marknadskartläggning, search, urval, kompetensbaserade intervjuer, testning, referenstagning och presentation av kvalificerade kandidater, berättar Pernilla Agardh, grundare och VD för Agardh Consulting.

Pernilla har sedan 1997 ett förflutet inom läkemedelsbranschen, efter ekonomistudier i Lund. Som produktchef och sedermera marknadschef på stora generikabolag fick hon djup inblick i läkemedelsbranschen. Spännande att vara med om var t ex avregleringen av Apoteket 2011 som innebar helt nya möjligheter att verka i läkemedelsindustrin, exempelvis att företagen även fick sälja sina produkt i dagligvaruhandeln. Efter 20 år i branschen kände Pernilla att

hon var redo för nya utmaningar och att hennes gedigna erfarenhet tillsammans med studier i psykologi var en bra kombination för att starta eget företag inom search och rekrytering.

-Det knöt an till marknadsföring och organisation som jag läst tidigare. Möjligheten att driva eget företag inom rekrytering under en paraplyorganisation inom Life Science gjorde att jag startade mitt bolag Agardh Consulting. Under tiden vidareutbildade jag mig och tog certifikat för att kunna genomföra och återkoppla tester som mäter personer färdighet (numeriska, logiska och induktiva) och motivation. Nu driver jag sedan några år tillbaka mitt bolag helt fristående och sitter sedan förra året i den nya byggnaden Spark på Medicon Village i Lund, berättar Pernilla.

Medicon Village är en hubb för bolag med olika inriktning, främst Life Science, men även andra branscher. Pernilla lovordar hubben som hon tycker har fantastisk energi, interaktion och ett enastående nätverk.

Pernilla Agardh är en av få Certifierade rekryterare i Sverige. Certifieringen omfattar hela rekryteringsprocessen inklusive bedömningskriterier och aktuell



Pernilla Agardh

lagstiftning inom området. Det är via det globalt ledande kvalitetssäkringsföretaget DNV GL (Det Norske Veritas) man som rekryterare utbildas och examineras och sedan får ett certifikat som är giltigt i 5 år. Certifieringen är en anledning att många företag väljer att anlita Agardh Consulting. Service, personlig och skräddarsydd hjälp i anställnings- och uppsägningsprocesser, en personlig kontakt och engagerad rekryterare som gör allt för att alla parter ska bli nöjda, såväl kandidaten

som kunden, är andra tungt vägande skäl. Typiska kunder är medelstora företag med trygg omsättning, väletablerade inom livsmedel, medicinteknik och läkemedel. Men det mest spännande är att få komma in från start, avslutar Pernilla.

Läs mer om
Agardh consulting:
www.agardhconsulting.se



Ekenberg & Andersson
ADVOKATBYRÅ

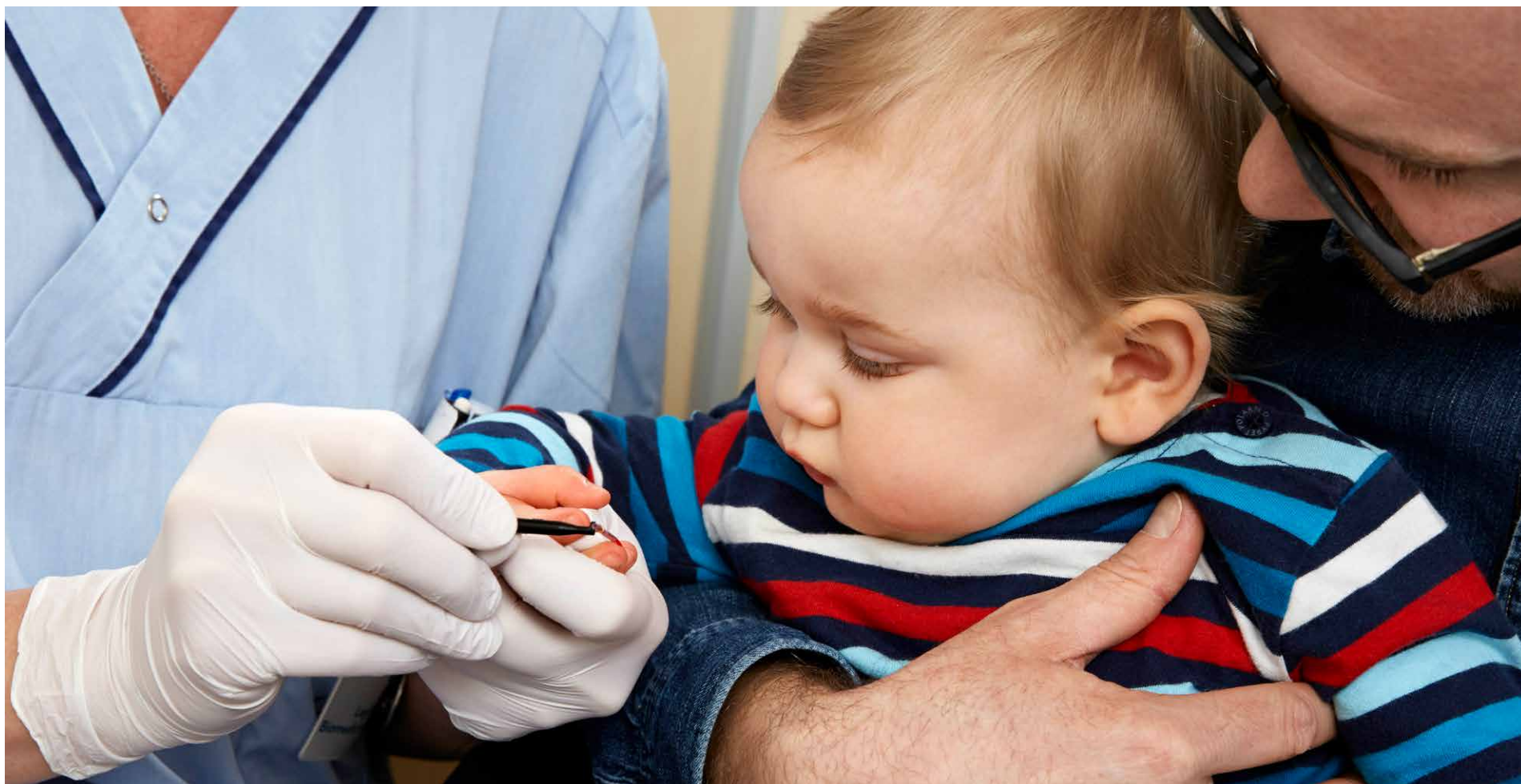
Ekenberg & Andersson är en fullservicebyrå med inriktning på svensk och internationell affärsjuridik. Genom vår erfarenhet kan vi erbjuda Dig och Ditt företag högklassig och professionell affärsjuridisk rådgivning i komplicerade sammanhang.



Medlem i ILN – International Lawyers Network – ett av världens största affärsjuridiska nätverk

Svensk & internationell affärsjuridik





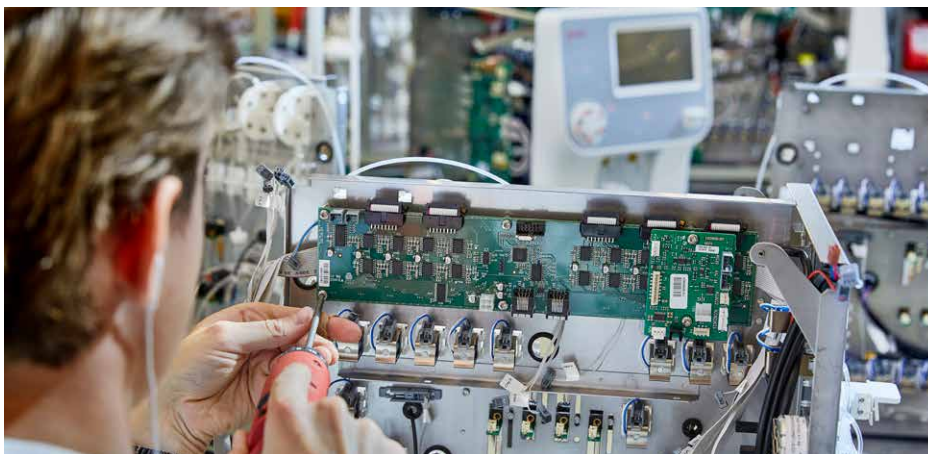
Gör bloddiagnostik tillgänglig- för alla

Boule Diagnostics AB är ett medicintekniskt företag på den globala diagnostikmarknaden som utvecklar, tillverkar och marknadsför instrument och förbrukningsvaror för bloddiagnostik. De är specialiserade på decentraliserad patientnära bloddiagnostik och deras vision är att göra sjukvården tillgänglig för alla, både människor och djur.

Innovationen av blodcellsräknaren är en uppfinning från 50-talet. Än idag är blodstatus genom att räkna blodceller ett viktigt test som skapar kunskap om människors välbefinnande, hälsa och sjukdomar.

–Att kunna utföra ett blodtest på ett enkelt och billigt sätt som Boule gör är fantastiskt. Vi finns i över 100 länder varav många är utvecklingsländer. Vi kan bidra till att bygga upp infrastrukturen kring vanlig sjukvård som vi i Sverige tar för givet, säger Jesper Söderqvist, VD för Boule Diagnostics AB.

Efterfrågan på diagnostik där man med ett test kan mäta många parametrar ökar och Boule planerar att utöka sin produktportfölj. Företaget håller på med en av de



största satsningarna i Boules historia; de bygger upp en helt ny produkt plattform. I och med att konsumtionen av sjukvård ökar och vi lever längre finns det idag ett stort och ökande behov av diagnostik som är kostnadseffektiv. Enligt Jesper måste den vara enkel och driftsäker.

– Innovation för oss på Boule handlar om att ha fokus på vilka kliniska problem som skall lösas i framtiden. Idag har vi en utmärkt metod för att analysera blod. Men samtidigt undersöker vi och utvecklar möjligheterna med UX design (användarvänligdesign) för vårdpersonal som tar och analyserar prover med våra instrument. En viktig komponent att utveckla och där vi kommer stärka vår expertis i framtiden är AI (Artificial intelligence) och "connectivity" som förbättrar analys och delning av data. Uppkoppling gör överföringen av data och analys resultat mer effektivt, menar Jesper.

Boule har ett starkt arv när det gäller hematologidiagnostik. Deras system spelar en allt viktigare roll med uppbyggnad av vårdinfrastruktur för små och medelstora vårdmiljöer på både human- och veterinärmedicinska marknader. Humanmarknaden står för merparten av Boules försäljning och ca 10 procent är försäljning till veterinärmarknaden. Jesper förklarar att det är mer avancerat att arbeta med djurblod på grund av olika raser och därmed olika blodceller, till skillnad från människan som endast består av en ras. Det behövs därför fler analysprofiler för veterinärinstrument.

–Jag ser en framtid med förbättrad uppkoppling av våra instrument genom molntjänster. Jag tycker det är mycket spännande och vi har börjat titta på det. Det finns en stor vilja och en potential att ytterligare förenkla och utöka användning av hematologidiagnostik, säger Jesper.

Att Boule har en stark marknadsposition i utvecklingsländer gör att vi mycket påtagligt bidrar till en förbättrad vård samt gör den tillgänglig för alla.

–Vi fokuserar inte främst på de stora sjukhusen och universitetslabben utan våra produkter finns på vårdcentraler, små kliniker och mindre laboratorier. Det skapar ett värde i länder som Sverige, men framförallt hjälper det till att bygga en infrastruktur för hälsovård i utvecklingsländer. I länder med mycket landsbygd är invånarna beroende av att vård kan ges lokalt. Våra produkter finns där och kan hjälpa läkare med information om patienternas hälsa genom ett enkelt screeningtest, berättar Jesper.

Indien är ett stort land där vi har en stor installerad bas. Alla Indier bor inte i storstäderna utan många bor på landsbygden och är beroende av vård som kan ges lokalt. Våra produkter finns där och kan hjälpa läkare med information om patienterna hälsa genom ett enkelt screeningtest.

–Genom att mäta både blodplättar, röda blodkroppar och vita blodkroppar får man information om en mängd olika sjukdomar. Att kunna hjälpa så många människor runt om i världen är en vision som vi levererar på och att tekniken kommer från Sverige känns underbart, avslutar Jesper.

Text: Isabelle Iberer



Jesper Söderqvist, VD

Svenska satcom företaget med världsledande antennteknik

Med LEO och MEO satellitkommunikation får man snabb och effektiv bredband till delar av jorden som inte har möjlighet till mobiltäckning. Främst gäller det kommunikation för sjöfarten och flyget men även områden utanför tätorterna. En annan fördel är också att satcom kan användas för snabbt rörliga plattformar, som höghastighetståg utan reduktion av prestanda. Satcom bolaget ReQuTech är i framkant av denna utveckling och ett etablerat varumärke.

ReQuTech har samarbete med de flesta internationella satcom-bolag, satellitägare och systemintegratörer.

Det som är unikt med ReQuTech är att vi utvecklar en teknik som inte går att få tag på någon annanstans. Vi har varit bland de första med den senaste generationens satellitkommunikationssystem, det som kallas för Ka-band. Vi är också först med att utveckla platta elektroniskt styrda antenner och terminaler till konstellationer för LEO (Low Earth Orbit) och MEO (Medium Earth Orbit) satelliter. Det är bara några få bolag runt om i världen som håller på att utveckla dessa terminaler, säger Omid.

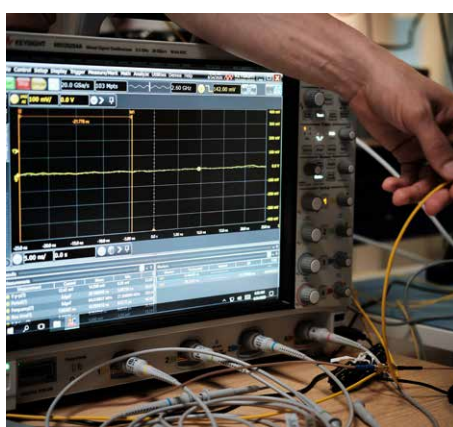
Nyligen lanserade ReQuTech ett elektroniskt styrt antensystem som heter RESA (Requitech Electronically Steered Antennas). Dessa antenner är utvecklade för framtidens Satcom- och Telecommarknader. I platta fasstyrda gruppantennor styrs loben utan att man mekaniskt behöver vrida en parabol.

–I reflektorbaserade system måste loben riktas in mot satelliter med motoriserade lösningar som har sina begränsningar men vår lösning RESA är både lätt, platt och kompakt. Loben styrs elektroniskt åt olika håll samt följer satelliterna. Det gör att de snabbt kan täcka hela himlen med många lober, hitta satelliter och koppla upp sig mot fler satelliter. ReQuTech är också världsledande inom reflektorbaserade system.

–Det som är kul med parabolantennerna är att vi utvecklat några av den största klassens antenner också, de som är 2,4 och 3,7 meter i diameter och väger uppemot flera ton, berättar Omid.

RESA-serien är mycket speciell och ReQuTech har skrivit samarbetsavtal med stora internationella bolag. All teknik ägs av ReQuTech och görs av ett gäng disputerade forskare och ingenjörer som alla har passion för att utveckla den senaste tekniken.

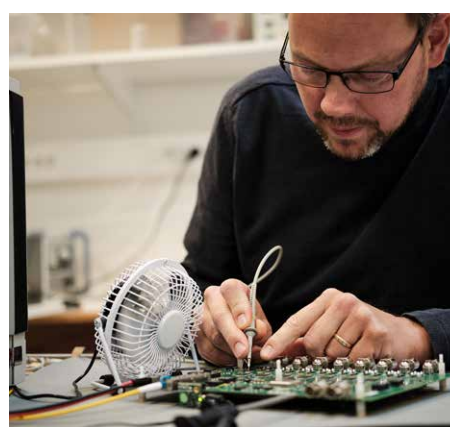
–Många stora bolag är intresserade av produkten och därför utvecklar vi den i full fart. Vi har fått stöd av Europeiska



rymdorganisationen ESA. Vi valdes för att leverera nästa generations fasstyrda antenner just för LEO och MEO tillämpningar. Under 2019-2020 har man även haft ett forskningsprojekt tillsammans med Linköpings Universitet och satcom-modem bolaget Forsway, berättar Omid.

ReQuTechs kunder sträcker sig allt från företag som själva äger satellitsystem, systemintegratörer och till kommersiell industri.

–Vi hjälper även till med att utveckla kommunikationssystem för försvarsmakten samt statliga och offentliga instanser. Vi jobbar med inriktning mot de stora



satellitkommunikationsbolagen. De kanske har en stor order och letar efter något företag som kan leverera en bra terminal som passar in. Då hittar de oss. Vi har hela terminalen, hårdvara och mjukvaran på samma ställe. Det blir lättare att jobba med oss än att köpa delar från flera företag. Industrin har varit ganska splittrad med många aktörer och delar som folk plockar ihop medan vi bygger och integrerar hela system själva, förklarar Omid.

Visionen för ReQuTech är att vara en pålitlig leverantör inom industrin och att bygga ett varumärke som man kan lita på. Detta görs genom att satsa på utveckling inom den senaste tekniken samt attrahera de bästa ingenjörerna inom området.



Omid Sotoudeh,
VD ReQuTech

–Vi vill kunna vara det självklara valet för satellitkommunikationsutrustning. På sikt har vi potential att bli en av de största aktörerna inom industrin. Vi jobbar oss upp genom forskning och utvecklar den senaste tekniken. Och utvecklar från de minsta till de största systemen inom satellitkommunikation, avslutar Omid.

Text: Isabelle Ibérer

Läs mer om ReQuTech:
www.requitech.com

requitech 

AI-mjukvaran som stärker presentationsförmågan

När Vincenzo De Salvo jobbade på Sony fick han möjligheten att pitcha det som idag är Your Speech Factory till ledningen men de beslöt sig för att inte satsa. Han bestämde sig för att registrera företaget själv och slutade på Sony. En dag när Vincenzo skulle gå på babysim med sin son träffade han Martin Bredinger och de klickade direkt. Sedan 2017 driver de Your Speech Factory i Malmö tillsammans och hjälper företag att leverera övertygande och engagerande presentationer genom guidad träning och digital feedback med hjälp av en AI-baserad mjukvara.

Innan sin pappaledighet jobbade Martin Bredinger som managementkonsult på Ernst & Young och höll stora presentationer för ledningsgrupper, styrelser och kundevenemang på Malmö Live.

– Vi brukade samla hundratals kunder och sen var vi några olika personer som höll presentationer inom olika ämnen. Men det finns mycket att tänka på innan en presentation. Vad ska man säga? Vad är storyline? Hur ska bilderna se ut? Och vad är det du vill att publiken ska komma ihåg när de lämnar rummet? förklarar Martin Bredinger, Co-founder på Your Speech Factory.

När du ska hålla ett föredrag eller en presentation behöver du vissa färdigheter. Vincenzo förklarar att ofta handlar det om vad du ska säga och hur du säger det. Redan från början letade Vincenzo efter experter inom kommunikation och samarbete inleddes med ett företag i San Francisco och ett i Sydafrika.

–De hjälpte mig att förstå vad man ska tänka på innan en presentation. Att verkligen nå fram med ett budskap är mycket mer komplicerat än vad folk tror. Your Speech Factory fokuserar på tre grundpelare som blivit extra viktiga nu när alla möten är online. Lärandet: det är viktigt att förstå varför du gör något. Kreativiteten: vi hjälper dig att förstå din publik och att skraddarsy dit budskap. Träningen: vi simulerar en mötesmiljö där man övar sin presentation, med virtuell publik, och användaren får feedback på sin röst och ögonkontakt. Mjukvaran analyserar hur snabbt du talar, om du tar tillräckligt med pauser och om du håller ögonkontakt. Du måste till exempel titta in i kameran för att publiken i ett online-möte ska uppfatta att du har ögonkontakt – det är en viktig del i att bygga förtroende med åhöraren. Vi analyserar dina pupiller, och vi ser om du tittar in i kameran eller på ett specifikt område på skärmen, förklarar Vincenzo.

–Den simulerade mötesmiljön ser ut ungefär som ett Teams/Zoom möte där du övar på din presentation med en virtuell publik som reagerar i realtid på hur bra du gör ifrån dig, säger Martin.

Your Speech Factory har studerat hur personer på stora företag brukar förbereda sig inför en viktig presentation. Martin menar att det finns många olika sätt att



förbereda sig på. Vissa bläddrar igenom sina bilder och funderar på vad de ska säga, medan andra övar sin presentation inför en kollega eller partner. Många tar också tiden på sig själva.

– Jag och Vincenzo vill ta hela idén till nästa nivå. Människor har ett beteende som vi försöker följa så nära som möjligt och vi tittar på den digitala interaktionen. Det är ingen slump att mjukvaran finns

tillgänglig direkt i PowerPoint, bara ett klick bort från där de flesta jobbar med sina presentationer. I samband med lanseringen av vår senaste version ser vi nu en global efterfrågan, berättar Martin.

En aspekt i mjukvaran som Martin tycker extra mycket om är att man kan lyssna på sig själv samtidigt som man ser sina bilder, för att säkerställa att man till exempel fångar publikens intresse direkt.

Många tycker inte om att lyssna på sin egen röst, men det är nyttigt och man vänjer sig snabbt.

Intresset har varit stort under 2020 och pandemin har öppnat upp en större marknad för Your Speech Factory.

–Före covid-19 hade vi fler event och interaktioner med våra partners i Sydafrika och San Francisco. Men mycket har ändrats och vi har snabbt ställt om vår affärsmodell för att möta den nya digitala omställningen, berättar Vincenzo.

Enligt undersökningar kommer möten och events att hållas online även fortsättningsvis på grund av att många insett att de inte behöver resa för att ta ett möte, vilket gör den nya affärsmodellen hållbar över tid. Användarna uppskattar mer än någonsin att ha en mjukvara nära till hands som kan hjälpa dem att förbättra sina presentationer när det passar dem.

Många länder har olika sätt att förbereda sig på inför en presentation. Det är till exempel skillnad på hur man förbereder sig i Sydeuropa i jämförelse med Norra Europa, Asien eller Nordamerika. Vincenzo och Martin har löst detta genom att sätta ihop ett globalt team bestående av tolv personer från elva nationaliteter. Varje morgon kopplar teamet upp sig för ett dagligt möte på Teams, och Martin berättar att det ger mycket energi och internationell puls att till exempel höra glassbilen i Taiwan under ett möte.

–Vi utforskar mycket med lärande och ny teknologi och nu experimenterar vi med "gamification" för att ta vår produkt till nästa nivå, avslutar Vincenzo.

–Vi siktar på att ha 150.000 användare inom fem år. För många är det en stor anspänning, både fysiskt och psykiskt, att hålla en viktig presentation. Vår passion är att fler människor ska lyckas med att nå fram med sina budskap. Då är Your Speech Factory där för att hjälpa till, avslutar Martin.

Text: Isabelle Ibérer

Läs mer om Your Speech Factory
www.yourspeechfactory.com



Okrossbart glas ökar säkerheten

En glastruta som är okrossbar? Låter helt omöjligt eller hur? Nej inte med Hammerglass okrossbara lösningar. Ett isolerglas där det yttre glaset är i nanobehandlad polykarbonat är den magiska formeln. Idag kan Hammerglass stolt lämna 10 års full isolerglasgaranti på Hammerglass Isolator. Verksamheten har sedan dess breddats och består idag av tre affärsområden: Fastighet, Infrastruktur och Automotive. Med dotterbolag i Norge, Danmark och Tyskland levererar Hammerglass till de nordeuropa, samt på export till utvalda länder inom utvalda produktområden.

Allt ändrade sig för Bengt Nilsson en dag 2005 när han besökte en mäsas. Två killar stod och bankade på en glastruta med ett basebollträ och han stannade till omedelbart. På den tiden jobbade Bengt som projektledare på en reklambyrå och såg direkt att det var en fantastisk produkt som killarna visade upp.

– Jag föreslog ett möte och när vi träffades diskuterade vi att om det hade varit min produkt hade jag döpt den till något annat. Kunden behöver något att relatera till, berättar Bengt.

En månad senare blev reklambyrån delägare och namnbytet gjordes till Hammerglass. De beslöt sig för att bygga en ny varumärkesplattform. När det väl började rulla på lämnade Bengt sin position på reklambyrån och tog över som VD på Hammerglass.

–Vi trodde redan från början att detta kunde bli hur stort som helst. Sedan starten har vi hela tiden tänkt och byggt Hammerglass som om vi omsatte miljarder varje år, vilket oftast innebär att vi behövt ta den tunga vägen och göra allt grundligt och ordentligt. Vi har en rätt kaxig framtoning i en bransch där vi är ledande i Europa inom okrossbara glaslösningar, säger Bengt.

Råvaran och det som gör glaset i det närmaste okrossbart är en slitstark och nötningstålig polykarbonatskiva. Den är 300 gånger starkare än glas. Skivan tål solljus, den blir inte gul och den ger förträfflig reptålighet, har kemikalieresistans och fuktresistans. Den uppskattade livslängden är mer än 40 år.

–Hammerglass låter som glas vilket är meningen men det är en plastruta med en glasbeläggning. Ytan är som glas men funktionen är mycket bättre. Många andra i plastbranschen levererar ton av obearbetade skivor. Vi erbjuder trygghet och skräddarsyr till kunden och där är det förädlingsvärdet som gör oss framgångsrika, menar Bengt.

– Genom massor av mässbesök och oändligt antal arkitektbesök fick vi en plats i branschen av de som hade behov av okrossbara lösningar vid till exempel inbrott eller vandalism. Första beställningen var från en skola och idag finns vi hos samtliga fönstertillverkare, på mängder av skolor och institutioner, säger Bengt.



Bengt Nilsson, VD Hammerglass



Hammerglass Security Windows - inbrottsklassade fönster med okrossbara rutor.



Stolpfria bullerskärmar till Förbifart Stockholm

Nytt för 2021 är att leverera kompletta, inbrottsklassade fönster - Hammerglass Security Windows. Kostar aningen mer än vanliga fönster, men både fönsterbåge och glas är inbrottsklassat. Det tar en tjuv 10 minuter att länsa ett hus - trots larm, kameror och bevakningsbolag, säger Bengt. Bästa sättet att förhindra inbrott är att stoppar tjuvarna innan de kommer in.

Det har gått bra för Hammerglass och de ser en stadig omsättningsökning. Trots pandemiåret 2020 ökade Hammerglass med 20 %, prognosen för 2021 är en 30 % ökning till ca 125 miljoner. Parallellt med Fastighetsglas har bolaget investerat över 30 miljoner kronor i lösningar för entreprenadmaskiner. Globalt tillverkas det 1,2 miljoner maskiner varje år varav de flesta levereras med härdat glas. Enligt Bengt hör inte vanligt glas hemma i en entreprenadmaskin. Det ska vara okrossbart. Där

finns det en marknad för Hammerglass på 15 miljarder kronor.

–Nu är vi världsledande i segmentet Entreprenadmaskiner. Vi har lager i Sverige för Europa och ett stort centrallager i Kanada som distribuerar till Nordamerika, berättar Bengt.

Vårt tredje affärsområde är Infrastruktur, säger Bengt. Här glasar vi bland annat in järnvägsstationer och bygger bullerskärmar. I Stockholm arbetar Hammerglass för tillfället med att montera 3200 meter stolpfria bullerskärmar. Genom att böja glaset i 90 grader bildar glaset sin egen stolpe. Bengt tycker det är mycket häftigt och lansering av den helt unika produkten drar igång i Europa till hösten 2021.

Hammerglass har nyligen utvecklat egna busskurer som är helt vandalsäkra. Det

går inte att slå sönder eller sparka ut rutor. Eventuellt klotter avlägsnas ungefär som på en whiteboard tavla. Repor försvinner genom en självläkande folie. Äntligen !

–Vår vision är att bli den ledande tillverkaren och naturliga leverantören av okrossbara glaslösningar på den globala marknaden. Det säger vi med en viss självklarhet för vi är rätt säkra på att vi kommer dit, avslutar Bengt.

Text: Isabelle Ibérer

Läs mer om Hammerglass:
www.hammerglass.se

 **Hammerglass®**



MAXIMERA uttrycket, minimera avtrycket!

Den bästa och mest hållbara kassen är den som används många gånger. Den som är slitstark och tillverkad i bevisat återvunnet material, producerad i en fabrik som regelbundet kontrolleras så att lönerna är skäliga och arbetsförhållandena schyssta. På AD company gör vi allt som står i vår makt för att alltid erbjuda den kassen – dessutom med oändliga möjligheter att skapa en unik lösning som passar ditt varumärke.

Läs mer om oss och hitta din närmaste återförsäljare på

WWW.ADCOMPANY.SE



AD[®]
COMPANY



Automatisera det administrativa och få mer tid till kärnverksamheten

DocTech är samarbetspartnern som är proffs på att effektivisera och automatisera. Genom att automatisera administrativa repetitiva arbetsuppgifter kan mer tid ägnas åt själva kärnverksamheten.

DocTech har smarta och smidiga lösningar inom administration. En kund kan få hjälp med att automatisera fakturaflöden, både kund- och leverantörsfakturer i alla former. Idag är PDF väldigt nyttjat och e-fakturaflöden genomgår stor övergång till Peppol BIS 3 format, då det är lagkrav för offentlig förvaltning. Det förekommer fortfarande papper i dokumentflöden. Vill kunden skicka pappersutskick eller digitalisera pappersarkiv eller inkom-

mande papper, inga problem! DocTech är verkligen en fullvärdig servicebyrå.

”Det handlar om att frigöra tid, automatisera det repetitiva arbete som en person normalt sett gör. Det går att spara 2-4 minuter per faktura, vilket blir många timmar vid många fakturer.”, säger John Hägglöf, VD.

John har lång och gedigen erfarenhet på e-arkivsidan. När han efter flera år som anställd bestämde sig för att starta en servicebyrå för att hantera in- och utflöden upplevde han snabbt att han blev besviken på kvaliteten på verktygen som då fanns ute på marknaden. Han visste av erfarenhet att stora bolag hade tillgång till bättre verktyg för att läsa av dokument. Detta resulterade i utvecklingen av det egna verktyget docTech AutoIndex för att hantera kund- och leverantörsfakturer, order och kontering etc.

Idag läser docTechs system över 30 fält på fakturan, vilket inte många andra program klarar av. Efter läsning/tolkning och autokontroll går systemet till verifieringsläge. Skulle något behövas kollas, så flaggar systemet upp för det och talar om att ett belopp är felaktigt eller om det är något annat.

”Jag har jobbat mycket med att automatisera. En människa gör fel ibland särskilt

när något upprepas i ofta. Vi tar emot filer in i vår process, läser av eller vad som nu ska göras. Skickar vidare till kunden och skjuter in det i deras system. Mycket smidigt och effektivt”, säger John.

E-fakturer har ett problem att avsändare och mottagare inte ser samma sak, varvid extratid går åt till att förstå varandra i dialogen. DocTech hittade en lösning på problemet. Tjänsten heter Send & Receive och där finns funktioner som projekt-, avdelnings- och referenstolkning. Tjänstens konteringsautomatik är mycket populär. Olika dokument kan både skickas och tas emot, och dokument ordnas och sorteras elektroniskt, och kan göras ständigt tillgängliga genom ett e-arkiv.

Vi har integration med ett antal system och kan även läsa artikelrader. Kunden kanske vill ha en djupare avstämning och automatik, då nyttjas inköpsordermatchning. Systemet kollar exempelvis mot lager, det som är beställt i antal och att det är till rätt pris. Är allt ok, och matchar inköpsordern, så autogodkänns fakturan. Detta frigör mycket tid.

Vissa branscher, exempelvis restaurangbranschen kan ha komplexa fakturer, särskilt om de använder budfirmor som är registrerade i ett annat land. Det blir många konteringar med försäljning, kostnader, moms på försäljning, serviceavgift

med omvänd moms osv. Då underlättar DocTechs system otroligt mycket och alla belopp konteras rätt.

”Det är viktigt för alla företag att få det krångliga att bli enkelt. Vi avlastar dem och de kan fokusera på annat som de är bra på och tycker är roligt”, säger John.

”Med vårt system får kunderna bättre kontroll, rätt analys, rätt siffror och kan fatta rätt beslut, dessutom får in det snabbare i sitt eget system” fortsätter han.

John avslutar med att berätta att de i nuläget växer en hel del genom rekommendationer från kunderna. Vi har precis firat att vi tillväxtmässigt passerat vår nettoomsättning sedan i fjol och det här året är inte slut än. Kunderna blir fler och fler. Det är jätteroligt! Vi levererar helt enkelt det kunderna vill ha och det de ska ha.

Text: Cecilia Holm

019 - 760 89 00

john.hagglof@doctech.nu

www.doctech.nu



John Hägglöf, VD



AI Förmögenhetsförvaltning, för proffs och amatör

Soft Application har länge skapat och levererat lösningar till den finansiella marknaden; banker, börshandlare och försäkringsbolag, för portföljförvaltning, analys, avkastning och aktiehandel. Styrkan i erbjudandet ligger i att lösningarna har varit helt oberoende av såväl back office som front office system och att information som presenterats kan hämtas från många system utan begränsningar och uppbyggnad av nya datalager.

Nu arbetar Soft Applications CTO Robert Lundquist med att föra in kompletterande AI funktionalitet som dels kommer att hjälpa till att effektivisera förmögenhetsförvaltning inom bank och finans och levererade lösningar där, men som även gemene man kommer att ha nytta av baserat på samma teknik. Det är ett verktyg för att få en helhetsbild av sin totala ekonomi och även för att kunna optimera den på ett önskvärt sätt oavsett ifall man är proffs eller amatör.

”Allt digitaliseras mer och mer, och för de flesta i alla åldrar är det idag en självklarhet att sköta alla bankärenden och privatekonomi genom mobiltelefonen eller en surfplatta. De som är i tjugooårsåldern skulle aldrig ens tänka på att skapa kontakt med en särskild bankman, de unga är ju mer eller mindre födda med en mobiltelefon i handen och vill sköta allt via en app”, säger Carl-Johan von Plomgren, VD/Affärsutvecklare.

”Se bara hur mycket annat som har digitaliserats. Musiktjänster, robotdammsugare och robotgräsklippare har blivit normaliserat. Nyligen kom en självkörande bil. Det finns en större trovärdighet i robotar idag än vad det gjorde för tio år sedan. Då tror vi att det blir vanligt i framtiden att en robot hjälper privatpersoner att förvalta och optimera deras ekonomi” fyller Magnus Björk i, Affärsutvecklare/Projektledning.

Som privatperson är det svårt att få tag på oberoende information och analyser gällande aktier och fonder. Med Soft Applications robot, som kallas Elliot, kan även privatpersoner få tillgång till något som i stort sett bara den finansiella marknaden hittills har haft tillgång till, till exempel enskilda fonders sammansättning.

Roboten Elliot ska lanseras senare delen av 2021 och anpassas efter varje kunds valda strategier, investeringsprofil och kunskap, kombinerat med inbyggd funktionalitet. Användaren kan själv enkelt fram analyser, jämförelser, historik och få förslag. Användaren kan exempelvis låta roboten skapa en aktieportfölj eller skapa sin portfölj på egen hand. Dessutom får kunden kontroll på exakt vad varje portfölj innehåller utan att vara begränsad till t ex endast fonder från sin egen bank utan andra instrument som aktier, något som inte erbjuds idag.

Det finns möjlighet att simulera portföljen, egentligen en ”minifond” under en månad för att se hur det går, och sedan satsa pengar i den på riktigt. Det går även att få fram historik för den valda portföljen för att se hur mycket den förändrats exempelvis de senaste tio åren. Användaren kan även låta roboten sköta alla köp och försäljningar om så önskas vilket sker på de institut där t ex ISK kontot eller depån finns. Målgruppen är i första hand de som är intresserade av aktiemarknaden men inte dagligen hänger över börssidorna.

Magnus gör en liknelse med spelmarknaden där många spelare där ett mycket litet fåtal vinner stora summor och resten förlorar allt. Aktiemarknaden är ett mycket säkrare ”spel”. De pengar som satsas kommer med stor sannolikhet att öka i värde, åtminstone på sikt. Skulle det inte bli en uppgång blir du väldigt sällan av med hela det satsade kapitalet. Dessutom kan kunden välja hög- eller låg risk.



”Vi kommer inte ersätta bankerna och vi kommer att fortsätta att leverera smarta lösningar, nu kompletterade med AI, till dem också. Alla privata användare kommer att ha kvar sina tillgångar i valda banker. Vad vi har utvecklat är en smidig lösning till privatpersoner så att de kan se helhetsbilden över sin ekonomi och välja det stöd de behöver för att optimera sina tillgångar samt valmöjligheten att låta roboten sköta det mesta eller engagera sig mer själv.” säger Carl-Johan.

”Vi ser fram emot att lansera Elliot senare i år som en abonnemangstjänst och tror att det här är en dimension som många privata investerare har saknat”, avslutar Magnus.

Text: Cecilia Holm

Soft Application Svenska AB
www.softapp.se

Mail: info@softapp.se
Tel: +46 8 410 46 570

Kontaktpersoner:
Carl-Johan von Plomgren
carljohan.vonplomgren@softapp.se

Magnus Björk
magnus.bjork@softapp.se

Robert Lundquist
robert.lundquist@softapp.se

ZeeU drivs av engagemang för sina kunder och medarbetare

ZeeU erbjuder affärssystemlösningar och för fyra år sedan grundades ZeeU av fyra seniora affärssystemskonsulter.

De ville skapa ett bolag där konsulten får en plats i organisationen, vara en del av teamet och där kunder och långsiktiga relationer sätts i fokus. Till och med det fyndiga företagsnamnet ZeeU [si:jo] togs för att lyfta kundfokus och långsiktighet – Vi Ser Er och Vi Ses Igen.

Vi visste precis hur vi ville jobba i relation till kunderna och under tidigare jobb har vi knutit till oss flera samarbetspartners. Som egna blev vi obundna och kunde bygga ett bolag utifrån de bästa erfarenheterna av tidigare arbetsgivare”, säger Mikael Asklid, en av grundarna.

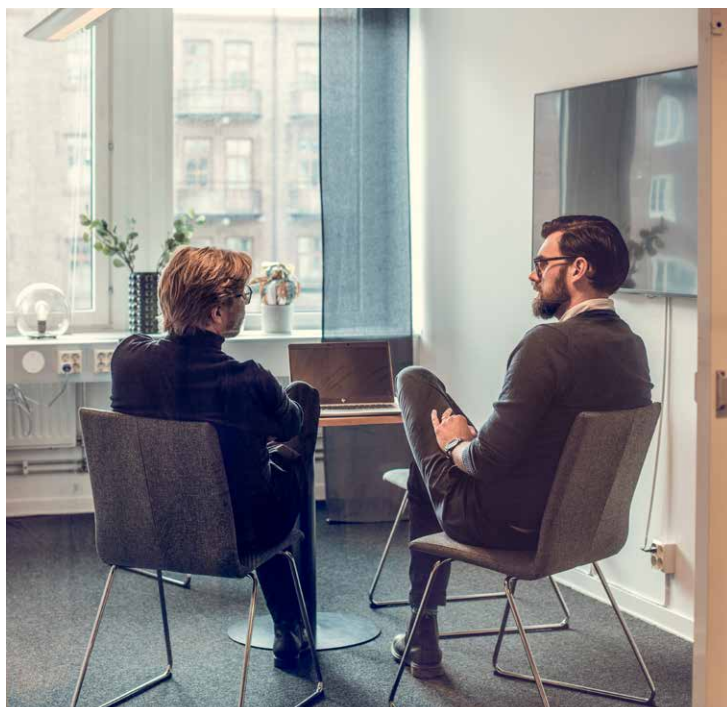
”Dessutom hade vi möjlighet att skapa en miljö där även konsulten och teamet sätts i fokus. Alla i teamet skall ha stor flexibilitet, arbeta med intressanta uppgifter och utveckla nya lösningar för att få kunderna att växa i sitt befintliga system. Vi vill ha ett team som älskar sitt jobb. Med nöjda kollegor får vi nöjda kunder”, fyller Jonas Andersson i, även han en av grundarna.

”Hur vi tar fram en produkt eller hur en lösning ska byggas grundar sig ofta i ett behov från kunden. Det kan också vara så att en annan systemleverantör tar kontakt med oss och vill integrera mot deras produkt. Vi ser även själva över om vi kan förbättra något på något område och gör då en integration. Det finns hela tiden förbättringsmöjligheter, antingen med Jeeves ERP eller via andra system”, fortsätter Jonas.

Snart erbjuds även ett nytt ERP

ZeeU jobbar främst i affärssystemet Jeeves, men kan inom en snar framtid erbjuda sina kunder ett nytt affärssystem: Microsoft Dynamics 365 Business Central. Det är utvecklat för mindre och medelstora företag som vill ha en flexibel plattform att växa i. Affärssystemet är en ren molnprodukt som drar nytta av mobilitet och molntjänster så att det utvecklas med kundens företag och blir ett stöd i den fortsatta tillväxten.

Jonas säger att det är nödvändigt för ZeeU att erbjuda ytterligare ett system. Kunderna kommer att ställa krav på en dynamisk plattform som är tillgänglig överallt. Business Central har både ett snyggt gränssnitt och bra funktionalitet. Och Microsoft-användare kommer att känna igen sig, vilket kan kännas tryggt. Det kommer fungera likadant med Business Central, att vi integrerar det med andra system, om kunden är i behov av det.



ZeeU har som målsättning att få in flera yngre konsulter när de tar in Dynamics 365 Business Central. Idag består teamet i princip bara av seniora Jeeveskonsulter, vilket är en styrka, men för att få en dynamik i teamet behöver de växa med fler yngre konsulter. Det är som Mikael säger, att med ytterligare ett system att erbjuda så blir ZeeU ännu mer attraktivt för både nya konsulter och kunder.

ZeeU har planer på att växa även geografiskt. Planen fanns redan förra året,

men så kom en pandemi i vägen. Förhoppningsvis kan de som planerat öppna upp kontor både i Jönköping och Malmö inom en snar framtid.

”Vi har en spännande tid framför oss och ser fram emot att få in nya kollegor och kunder i vår gemenskap här på ZeeU” avslutar Mikael.

Text: Cecilia Holm

Läs mer om ZeeU:
www.zeeu.se

”

Vi vill ha ett team som älskar sitt jobb. Med nöjda kollegor får vi nöjda kunder.

ZeeU

Tänk om - tänk nytt!

För att kunna rädda våra hav och klimat har de flesta säkert hört att vi måste minska våra utsläpp, återvinna och sopsortera. Om vi vill skapa ett hållbart och bio-baserat samhälle för våra barn och barnbarn måste vi reducera behovet av fossila råvaror och energikällor. Detta arbetar företaget Optipack för med sina högkvalitativa bio-baserade förpackningsmaterial till människor i hela världen.

Om vi tittar på information just nu ser vi att världens befolkning växer kraftigt och blir mer globaliserad. Det leder till energibrist, teknikförändring, klimatpåverkan och sjukvårdsrevolution speciellt i pandemitider. När det gäller förpackningar är det viktigt att OptiPack tar hänsyn till denna statistik och löser det med hållbara förpackningar som ser bra ut och dessutom är kostnadseffektiva berättar Ulrik Fauhlér, VD på OptiPack.

Ulrik har varit VD för OptiPack i tolv år och 2018 köpte han och lokala ledningen loss fabriken från den börsnoterade Mondiconcernen och med en långsiktig strategi investerade man 30 miljoner kronor i nya produktionslokaler och en helt ny maskinpark med toppmoderna maskiner utrustade med den senaste tekniken på marknaden.

Numera trycker OptiPack sina förpackningar i HD flexo med hög upplösning.

–Vi använder något som heter EGP (Extended gamut printing) när vi trycker. Det ger mindre rengöring, mindre färgåtgång, minskat spill och som innebär att du spar på naturen och alla resurser. Just nu är vi inblandade i många projekt och vi är en av de som är med och försöker driva utvecklingen åt rätt håll, berättar Ulrik. 330 miljoner ton plast tillverkas varje år varav 80 miljoner ton går till förpackningar. Men bara två procent återvinns! Svensk handel har satt upp målet att vara fossilfria 2030 vilket gör att varumärkesägarna ser efter nya lösningar. Men hur blir vi av med plastförpackningarna som finns i butikerna? Hur undviker vi soporna på världens stränder och i haven? Det vanligaste avfallet som vi just nu ser i Medelhavet är munskydd och engångshandskar. Det är definitivt ett mänskligt beteende som har satt oss i denna situation men det har också att göra med infrastruktur. OptiPack vill bidra med framtidens hållbara förpackningar.

–Vi och ett 20-tal projektdeltagare som består av forskare, kartong pappersproducenter, bioplasttillverkare, förpackningslösare och varumärkesägare håller på att ta fram den unika testbadden Fossilfria Laminat (FFLAM) som är ett treårigt projekt. Avsikten är att framställa fossilfria laminat som kan ersätta eller minska användandet av fossilbaserat förpackningsmaterial. I ett första skede handlar det om att undersöka marknaden, vilken typ av produkt vi ska satsa på och vilka forskningsinstitut vi kan få med oss. Vi måste titta på kunskapen: var finns den? Vad är det som behövs från företag eller från staten för att riktlinjer och planer ska kunna utvecklas för fram-



tiden? Basmaterialet på förpackningarna kan vara papper medan barriärmaterialet är växtbaserat. Problemet är att det är åtskilliga åsikter och regler kring detta i olika länder och många har svårt för att enas, berättar Ulrik.

OptiPack försöker att effektivt utnyttja överflödig energi som uppstår i deras tillverkningsprocess. Deras verksamhet baseras på ISO 9001, ISO 14 001, FSSC 22 000 och FSC® certifieringar. Arbetet med att se över och förbättra arbetssätt för att minska OptiPacks miljöpåverkan pågår fortlöpande. I ett led i OptiPacks miljötänk använder de den senaste mo-



derna tekniken och optimerade förpackningslösningar. Onödigt matavfall minskas genom att ha en förpackning som skyddar produkten. En välplanerad förpackning med optimala råvaror helt enkelt. Man erbjuder sina kunder barriärer som är tillverkade av traditionella och förnyelsebara resurser. Genom att erbjuda biobaserat material minskar påverkan på koldioxidutsläppet.

–OptiPacks vision är, att vi ska vara den optimala förpackningspartnern både för kunden och miljön. På sikt när teknologin och råvarorna utvecklas, hoppas vi kunna erbjuda produkter med 100 % förnyel-

sebart innehåll. Kan vi använda skandinavisk råvara ska vi göra det. Varför ska vi frakta råvaran över halva jordklotet? Transport är också viktigt att tänka på när det gäller utsläpp och miljöpåverkan. Vi måste tänka om och tänka nytt! Vi lånar jorden av våra barn och då vill man inte att de ska växa upp till en nedskräpad och förstörd planet, avslutar Ulrik.

/Text: Isabelle Ibérrer